

**SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET**

Maja Mrgić

**Mediji i konstrukcija stvarnosti u romanima *Bijela buka* Dona
DeLilla i *Američki psiho* Breta Eastona Ellisa**

(DIPLOMSKI RAD)

Rijeka, 2016.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
Odsjek za kroatistiku

Maja Mrgić
Matični broj: 0009061422

Mediji i konstrukcija stvarnosti u romanima *Bijela buka* Dona DeLilla
i *Američki psiho* Breta Eastona Ellisa

DIPLOMSKI RAD

Diplomski studij: Hrvatski jezik i književnost/Engleski jezik i književnost
Mentor: dr. sc. Dejan Durić, docent

Rijeka, 29. kolovoza 2016.

Sadržaj:

Uvod	1
1. <i>Bijela buka</i> i <i>Američki psiho</i> kao kritika konzumerističke kulture	3
2. Američko društvo 1980.-ih	6
3. Autentičnost u svijetu simulacije i hiperrealnosti	9
3.1. Simulakr	11
3.2. Simulacija kao zamjena stvarnosti u <i>Bijeloj buci</i> i <i>Američkom psihi</i>	12
3.2.1. SIMUVAC i SIMUVFAITH	15
3.2.2. Štagalj.....	17
3.3. Shizofreni karakter u romanima.....	18
3.4. Jezik i identitet	20
4. Uloga masovnih medija u simulaciji zbilje	24
4.1. Masmedijalizacija u romanima	26
4.2. <i>Bijela buka</i>	31
4.3. <i>Patty Winters Show</i>	34
4.4. Zračno-toksični fenomen	35
5. Televizija	38
5.1. Televizija – <i>bijela buka</i> ili nešto više.....	38
5.1.1. Televizija i ritual	41
5.1.2. Televizija i konzumerizam.....	43
5.2. Televizija i djelovanje na podsvijest.....	44
6. Reklamna industrija.....	46
6.1. Kulturni kod	50
7. Film.....	52

7.1. Voajerski pogled i skopofilija	55
8. Konzumerizam	57
8.1. Konzumeristička kultura u <i>Bijeloj buci</i>	58
8.1.1. Supermarket	60
8.2. Kritika masovnog konzumerizma u <i>Američkom psihu</i>	62
8.2.1. Nasilje i liberalni kapitalizam	64
9. Tjelesnost i moda.....	68
9.1. Seksualnost i pornografija.....	71
10. Smrt	73
10.1. Stvarnost ubojstva	74
11. Popularna kultura i povijest - Hitler i Elvis	78
12. Zaključak	80
Sažetak.....	82
Literatura	83

Uvod

Ovaj rad nastoji istražiti povezanost medija i svjetova koji su kreirani u romanima *Bijela buka* Dona DeLilla i *Američki psiho* Breta Eastona Ellisa. Primarni je cilj rada otkriti načine na koji se autori u svojim romanima referiraju na suvremenu postmodernu situaciju koja je zasićena medijima, neprestanim dotokom informacija i konzumerizmom.

U prvome se dijelu rada daje prikaz američke kulture krajem dvadesetoga stoljeća kako bi se kontekstualizirali romani i kultura na koju se oni referiraju. Nakon toga, oslanjajući se u prvome redu na teorije sociologa Jeana Baudrillarda o simulacijama koje su zamijenile stvarnost, u radu se istražuje ulogu medija u konstrukciji stvarnosti kakvom ju danas doživljavamo. Temeljna je pretpostavka da je čovjek suvremenoga svijeta izgubio mogućnost autentičnoga doživljavanja, s obzirom na to da je svako njegovo iskustvo posredovano medijima. Dakle, u današnjoj kulturi prevladava utjecaj masovnih medija koji počinju djelovati i na podsvijest pojedinca, oblikujući njegova ponašanja, način izražavanja i podsvjesne želje. Taj se problem detaljnije analizira u četvrtome dijelu romana, koji naglasak stavlja na reprezentacije koje se stvaraju u masovnim medijima. Peti dio rada posebno se osvrće na televiziju i učinke koje ona, kao jedan od najproširenijih masovnih medija, ima na oblikovanje stvarnosti i promjene u svijesti svojih gledatelja. Na primjeru likova u navedenim romanima, istražuje se kako sadržaji i način na koji ih televizija prezentira, oblikuju suvremenu kulturu. Zatim se pobliže istražuje odnos reklamne industrije i kapitalističke kulture na koji se u svojim romanima referiraju DeLillo i Ellis. Potom se analizira način na koji je filmska umjetnost utjecala na oblikovanje navedenih romana i koju ulogu ona ima u podržavanju simulacija. U suvremenoj su kulturi na djelu i procesi konzumacije koji se protežu od onih doslovnih, koji se odnose na kupovinu obilježenu porastom mitologizacije toga procesa, pa sve do one radikalne prema kojoj je svaki proizvod naše kulture podložan konzumaciji. Mehanizmi medijalizacije i

konzumacije sve više preuzimaju dominaciju nad našom kulturom i doživljajem stvarnosti, kao što se može iščitati iz DeLillova i Ellisova romana. Taj se problem detaljnije prikazuje u osmome dijelu rada, dok je deveti dio posvećen konzumerističkome odnosu prema ljudskome tijelu. Posljednja se dva dijela rada odnose na simulacije smrti kojima se bave DeLillo i Ellis te na zamjenu povijesnih ikona njihovim simulakrima iz popularne kulture. Krajnji je zaključak da su ova dva romana temeljni za razumijevanje postmodernoga stanja u zapadnjačkoj kulturi u kojoj je pojedinac zahvaćen nizom procesa tipičnih za suvremenu situaciju u kojoj prevladava hiperrealnost te posrednički odnos prema informacijama.

1. *Bijela buka* i *Američki psiho* kao kritika konzumerističke kulture

DeLillov roman *Bijela buka* objavljen je 1985. godine, a već je iduće godine proglašen pobjednikom American Book Award (Weinstein, 2003: 120). Za ovaj roman kritičari ističu da predstavlja „kroniku terora koji vrebaju u okolini i obitelji“¹ (Weinstein, 2003: 120). To je stoga što roman prikazuje obitelji Gladney, zahvaćene uobičajenim suvremenim procesima. Roman je podijeljen u tri dijela od kojih se prvi, *Valovi i isijavanje*, odnosi na opis svakodnevice Jacka Gladneyja, njegove žene Babette i njihovo četvero djece Heinricha, Steffie, Denise i Wildera. U drugome djelu romana, nazvanome *Zračno-toksični fenomen*, opisuje se kemijska nesreća koja je dovela do pojave toksičnoga oblaka zbog kojega se cijeli gradić Blacksmith evakuira. Treći dio romana nazvan je *Dylarama* i posvećen je Jackovom traganju za lijekom Dylar koji bi mu trebao pomoći da prevlada strah od smrti. Dakle, središnji je problem ovoga romana nov oblik nukleusne obitelji koji se odmiče od tradicionalnog shvaćanja (Jack i Babette imaju djecu iz prethodnih brakova), zatim sveprisutnost medija i konzumerizma u suvremenom životu, ali i opasnosti koje vrebaju iz okoline, poput prijetnji toksičnih kemikalija ili problema uzrokovanih zakazivanjem tehnologije (Weinstein, 2003: 129). Stoga se može reći kako se DeLillo i u ovom, kao i drugim svojim romanima, oslanja na suvremenu situaciju i otkriva posljedice trenutnoga stanja stvarnosti na pojedinca. Međutim, iako je kritika većinom bila naklonjena ovome romanu, smatrajući da je DeLillova *Bijela buka* „najbolja artikulacija američkog mitosa kasnog dvadesetog stoljeća“² (Salyer, 2003: 34), javlja se i mišljenje da ovaj roman „predstavlja još jedan pokušaj nihilističkog klišeja koji tako brzo zastarijeva“³ (Bawer, 2003: 23). Tom bi se Bawerovu stavu vrijedilo prikloniti kada bi naglasak u romanu bio isključivo na izgubljenosti čovjeka u suvremenome svijetu kojim vladaju tehnologija i mediji, ali DeLillo zapravo stvara sliku života

¹ Vlastiti prijevod

² Vlastiti prijevod

³ Vlastiti prijevod

u postmodernome društvu kroz fragment života jedne američke obitelji. Zato bi bolje objašnjenje DeLillova književnoga stvaralaštva bilo ono koje nudi Boxall, tvrdeći da DeLillova fikcija „nudi način apsorbiranja i artikuliranja cijele kulture“ (Boxall, 2008: 43). To jest, Boxall smatra da DeLillovi romani teže cjelovitome pogledu na suvremenu kulturu (Boxall, 2008: 52), a s njegovim se mišljenjem slaže i Duvall koji tvrdi da „DeLillo ima rijedak dar za historiziranje naše sadašnjosti, dar koji angažiranim čitateljima omogućuje da na historičan način promišljaju o sebi“⁴ (Duvall, 2008: 2). To bi značilo da DeLillo otkriva mehanizme koji djeluju u pozadini naše kulture, oblikujući naš svijet preko procesa globalizacije, masovnih medija, konzumerizma i naprednih tehnologija. Također, Duvall upozorava da „DeLillo piše o američkoj postmodernosti – kakav je osjećaj živjeti u postindustrijskoj naciji u vrijeme kada mediji apsorbiraju sve veće količine naše svakodnevne pozornosti, toliko da ih prestajemo doživljavati kao posrednike stvarnosti i jednostavno ih doživljavamo kao stvarnost samu“⁵ (Duvall, 2008: 4). Toj tvrdnji odgovara i Wilcoxov stav da „se romani Dona DeLilla bave odnosom između američkog identiteta i masovnih medija“⁶ (Wilcox, 1991: 346).

Međutim, nije se samo DeLillo u svojoj prozi osvrnuo na odnos medija i američke stvarnosti. Između ostalih autora, toj se temi posvetio i Bret Easton Ellis čiji je roman *Američki psiho* uznemirio američku javnost i prije nego što je ugledao svjetlo dana. Naime, ulomci romana pojavili su se u javnosti prije njegova tiska, što je dovelo do toga da se brojne društvene skupine osvrnu na prilično uznemirujuć sadržaj tih ulomaka. Unatoč bojkotu, Ellis je uspio objaviti svoju knjigu i to u drugoj izdavačkoj kući nakon što su se Simon & Schuster povukli. Messier se osvrće na tu situaciju i tvrdi da bi se danas „činilo neobičnim kada bi fikcionalno djelo dobilo toliku pozornost, osobito kada se uzme u obzir činjenica da je šira javnost neprestano bombardirana eksplicitno

⁴ Vlastiti prijevod

⁵ Vlastiti prijevod

⁶ Vlastiti prijevod

nasilnim i opsceno sugestivnim slikama iz nacionalnih informativnih medija i zabavne industrije“⁷ (Messier, 2004: 75). Međutim, *Američki psiho* izdan je 1991. godine, što nije toliko davno da bi se moglo reći kako je danas došlo do tako velikog zaokreta u prihvatanju nasilnih i seksualno eksplicitnih sadržaja. Osnovni problem u odbijanju izdavanja romana čini se da je u činjenici koju ističe i Messier, a to je da su najglasniji kritičari „u potpunosti propustili činjenicu da roman zapravo kritizira te iste događaje za koje se čini da ih uzdiže“⁸ (Messier, 2004: 75). Prema tome, svaki čitatelj ovoga romana mora mu pristupiti sa sviješću da Ellis, slično kao i DeLillo u *Bijeloj buci*, na površinu izvlači pozadinske procese u našoj kulturi, izazivajući čitatelja da ih prepozna i zauzme stav prema njima. Roman tematizira život Patricka Batemana, burzovnoga mešetara koji vodi naizgled savršen život. No otkriva se da je Bateman prikriveni ubojica koji izvodi vrlo brutalna mučenja i ubojstva svojih žrtava. Osim toga, Ellis oslikava suvremeni svijet kojim vladaju posredovane informacije i elektroničke slike koje gube značenja. Zbog toga se sve doima ispraznim, a život likova u romanu nezadovoljavajućim.

U skladu s tim, romani koje su napisali DeLillo i Ellis mogu se promatrati kroz prizmu Baudrillardove teorije opisane u djelu *Simulacija i zbilja*. Naime, Baudrillard je opisao ulogu medija u kreiranju suvremene stvarnosti te posljedice suvremenih procesa na jezik, individualnu svijest, ali i promjene u svim mehanizmima koji danas djeluju u zapadnjačkoj kulturi. Weinreich također ističe da je „Ellis *Američkog psiha* namjerno osmislio i napisao kako bi prenio kulturološku kritiku društvenih uvjeta postmodernoga konzumerističkog kapitalizma kakvu je iznio Jean Baudrillard“⁹ (Weinreich, 2004: 65).

⁷ Vlastiti prijevod

⁸ Vlastiti prijevod

⁹ Vlastiti prijevod

2. Američko društvo 1980.-ih

Dolazak Donalda Raegana na vlast u Sjedinjenim Američkim Državama često se povezuje sa širim društvenim, ekonomskim i kulturalnim promjenama koje obilježavaju osamdesete godine prošloga stoljeća (Thompson, 2007: 4). Budući da je on postao predsjednikom 1980., a iz svojega je ureda izašao 1989., lako je povezati njegovo predsjedništvo s promjenama koje označavaju jedno cijelo desetljeće u američkoj povijesti (Thompson, 2007: 5).

Upravo je u tome razdoblju došlo do promjena na mnogim razinama, pa je tako tada započeo nagli tehnološki rast i prodor kableske televizije u domaćinstva, ali to razdoblje obilježava i propast industrijskih pogona u američkim gradovima (Thompson, 2007: 5). Zatvaranje tvornica dovelo je do marginaliziranja radnika i porasta broja beskućnika, koji su bili podloženi i različitim vrstama nasilja (Murphet, 2002: 54). Taj se problem uočava u *Američkom psihu* u kojemu su žrtve nasilja beskućnici, prostitutke i ostali pripadnici nižih slojeva američkoga društva, dok su mladi bogataši u porastu i vladaju svojom okolinom.

Američko se tržište u osamdesetima okrenulo multinacionalnim kompanijama i urbanizaciji, što je utjecalo na život stanovnika SAD-a. Pojavili su se novi kulturalni oblici, od novoga načina provođenja slobodnoga vremena do porasta reklamne industrije (Thompson, 2007: 6). To je desetljeće vidjelo i prosperitet Wall Streeta, središta burze u New Yorku, s novim bogatašima, od kojih je jedan i Donald Trump, predstavnik nove financijske elite te japijevaca (Thompson, 2007: 12). Termin *yuppie* skovan je u osamdesetima kako bi označio novu skupinu burzovnih radnika koja je uspjela na newyorškoj burzi. Termin označava *young urban professionals*, a uskoro se počeo odnositi na skupinu mladih bogataša sa sklonošću prema skupima i markiranim proizvodima i stilom života obilježenim opijanjem, potrošnjom i naglašenom njegom tijela (Thompson, 2007: 12). Upravo se japijevskom kulturom i načinom života bavi Bret Easton Ellis u *Američkom psihu*, u kojemu se osvrće na ispraznost njihovih života i besmislenost konzumerističke kulture. Mladima, bogatima pripadnicima

visokoga društva potrošna su dobra jedini stvarni referenti u njihovu svijetu (Weinreich, 2004: 66). DeLillov roman također se osvrće na konzumerističko društvo opsjednuto reklamama i kapitalom koje se u Americi razvilo osamdesetih godina prošloga stoljeća. Slično kao Ellis, i DeLillo prikazuje likove utopljene u svijet konzumerizma i proizvoda koji postaju nositelji kulturalnih kodova i elektroničkih medija. Boxall primjećuje da „DeLillova fikcija sugerira duboku povezanost između tehnologije, nasilja i kapitala, vezu koja potkopava mogućnost povijesnoga napretka“¹⁰ (Boxall, 2006: 7). Jameson također prepoznaje pojavu novoga društva krajem prošloga stoljeća, a to je ono kojim dominiraju informacije i elektronička pismenost (Jameson, 1991: 2). Kasnije će se u radu problematizirati upravo ta strana zapadnjačkoga društva kojom se bave DeLillo i Ellis, kao i uloga elektroničkih medija u oblikovanju stvarnosti.

Thompson ističe da se u osamdesetima javljaju konzervativne religiozne skupine koje osuđuju neke od novih kulturnih formi, poput rock glazbe (Thompson, 2007: 18). Slična je osuda pripala i Ellisov roman *Američki psiho* koji je proglašen nepodobnim zbog mizoginih i nasilnih scena. No Murphet tvrdi da su prikazane scene „odraz, a ne simptom“¹¹ (Murphet, 2002: 54). To jest, roman odražava stvarnost koja ga okružuje pa Ellis otkriva mizoginu zapadnjačku kulturu u kojoj su žene svedene na potrošne predmete kojima se može trgovati (Murphet, 2002: 69-70). Nadalje, Murphet smatra da je 'psiho' na kojega se Ellis referira u naslovu svojega romana zapravo predsjednik Reagan, koji prodaje oružje Iranu i podupire genocid u Nikaragvi (Murphet, 2002: 54). Slično kao i s Batemanovim ubojstvima, nitko više ne mari za to pa javnost ostaje gluha na nasilje koje se oko njih događa. Ta bi se politička neosjetljivost mogla pripisati razočarenju u politički aktivizam nakon šezdesetih godina. Osim toga, Jameson upozorava da je američka postmoderna kultura iskaz nove ekonomske i vojne

¹⁰ Vlastiti prijevod

¹¹ Vlastiti prijevod

dominacije koju prati krv, tortura, smrt i teror (Jameson, 1991: 5). U takvoj su kulturi ljudi postali neosjetljivi na nasilje koje ih okružuje i torturu smatraju svakodnevnom pojavom.

To je desetljeće, smatra Thompson, vidjelo i ključni napredak u biotehnologiji (Thompson, 2007: 25) pa se upravo manipulacija neistraženim lijekovima i drogom problematizira u ovim dvama romanima. No to nije jedino područje na kojemu je došlo do znatnoga napretka, već se i na polju tehnološkoga razvoja dogodila značajna promjena. Stoga je došlo do porasta uporabe medija i tehnologija u svakodnevnome životu, što je izmijenilo način komunikacije. Također, filmska je industrija prosperirala izumom video kazeta, čime je omogućena sloboda u izboru sadržaja koje gledatelji konzumiraju (Thompson, 2007: 29).

Dakle, navedeni se romani bave pogledom u pozadinske mehanizme koji su na djelu u američkoj kulturi 1980-ih. Pojavile su se nove kulturalne forme koje su naglasak stavile na konzumaciju i liberalniji odnos prema odabiru i potrošnji. Takva se kultura lakše reproducira i njezin je utjecaj djelovanjem medija masovniji (Thompson, 2007: 30). Jameson smatra da taj period obilježava osjećaj završetka (Jameson, 1991: 1), tako da se stvara dojam kako stare ideologije i način života prestaju vrijediti. Takvo društvo, u kojemu vlada osjećaj nesigurnosti i nedostatka čvrstih temelja, opisuje se u oba navedena romana. Njihovi autori ne samo da prikazuju, već i kritički nastupaju prema pojavama čiji je rast obilježio to razdoblje, poput masovnoga konzumerizma, prodora elektroničkih medija u privatne sfere te nasilnih i katastrofičnih događaja u svakodnevicu.

3. Autentičnost u svijetu simulacije i hiperrealnosti

Jean Baudrillard izjavio je da je „realnost usisala hiperrealnost koda i simulacije. Nadalje nama upravlja načelo simulacije umjesto starog načela zbiljnosti. Svrhe su nestale, nas rađaju modeli. Nema više ideologije, postoje tek simulakri“ (Baudrillard, 2001: 51). Iako se ova izjava čini doista pesimističnom, ona savršeno sažima današnju kulturu nad kojom su vlast preuzeli mediji. Naime, ono što se do sada nazivalo realnošću zamijenjeno je simulacijom koja pokušava preslikati stvarnost, ali simulacija je uvijek lažna, tj. ne odgovara stvarnosti u potpunosti. Tako se stvara hiperrealnost u kojoj su ljudi suvremenoga svijeta zahvaćeni mehanizmima medijalizacije u tolikoj mjeri da gube mogućnost stvarnoga autentičnoga iskustva.

Baudrillard se osvrće i na samu prirodu znaka, kojega počinje smatrati nedostatnim. Znak, smatra Baudrillard, „ima tek aluzivnu vrijednost“ (Baudrillard, 2001: 58) i više se ne može govoriti o dihotomiji označitelj/označeno (Baudrillard, 2001: 59). To je stoga što znak više ne odražava stvarnost, pa „stvarno više ne dobiva snagu preko znaka, a znak više ne zadobiva snagu preko značenja“ (Baudrillard, 2001: 243). Stoga se vrijednost koju znak nastoji prenijeti popunjava preko simulacija, a stvarni referent izostaje.

Simulaciju u kojoj se nalazimo, smatra Baudrillard, obilježava repetitivno ponavljanje scenarija i to je stanje trajno (Baudrillard, 2001: 164). Tomu je tako jer su se svi mogući scenariji već odvili, bilo u stvarnosti ili virtualno (Baudrillard, 2001: 164). Stoga nam preostaje jedino da se ti scenariji hiperrealiziraju u simulaciji koja traje beskonačno (Baudrillard, 2001: 164). Odnosno, kako kaže Baudrillard, „mi živimo beskonačno reproducirajući ideale, fantazme, slike, snove koji su nadalje iza nas, i koje, unatoč svemu, moramo iznova ponovno stvarati u nekoj vrsti kobne ravnodušnosti“ (Baudrillard, 2001: 164). To znači da se svijet u kojemu se nalazimo beskonačno replicira u simulacijama koje reproduciraju stvarnost. Štoviše, u ljudi su zatočeni u

takvomu stanju nedostatka autentičnosti i originalnosti, što se očituje i u umjetnosti, pa tako i u književnosti.

Navedeno stanje obilježava krizu reprezentacija. Naime, one gube stvarne referente i moraju se beskonačno ponavljati u nizu hiperrealizacija. Tako dolazi do pojave estetizacije i onih najbanalnijih svakodnevnih pojava, jer „sve poprima snagu ili način znaka“ (Baudrillard, 2001: 173). A sam znak, upozorava Frederic Jameson, pretvoren je u sliku (Jameson, 1983: 120). Stoga se uobičajene, svakodnevne pojave uzdižu na razinu spektakla koji se pretvara u simulakr, sliku koja nije utemeljena na stvarnosti.

Stvarnost je, dakle, u Baudrillardovu svijetu hiperrealnosti i simulakra, moguće beskonačno reproducirati pa ona postaje zatvoreni sustav semiotičke razmjene u kojoj su originali ispražnjeni od značenja (Frow, 2003: 40). U skladu s Baudrillardovom, i Horrocks daje definiciju simulacije. Za njega se taj pojam odnosi na „najnoviji razvoj u komunikacijama, kibernetici i sistemskim teorijama koje su utemeljile sustave znakova koji ne služe samo poimanju stvarnosti nego njezinoj proizvodnji na osnovi modela ili kodova masovnih medija, političkih procesa, genetike i digitalne tehnologije“ (Horrocks, 2001: 9-10). Dakle, suvremeni je svijet određen situacijom u kojoj stvarnost uzmiče pred kopijama koje teže stvaranju dojma da su stvarne. Horrocks simulacije nadalje povezuje i s masovnim i elektroničkim medijima, koji su znatno utjecali na suvremeno društvo (Horrocks, 2001: 10).

Stoga ne iznenađuje da je u svijetu simulacija izgubljena individualnost. Naime, sve se ponavlja i izostaje osjećaj autentičnoga iskustva koje nije posredovano medijima. Zbog toga Jameson smatra da više nitko nema jedinstveni osobni svijet i stil kroz koji se izražava (Jameson, 1983: 115), tj. gotovo ništa što nas okružuje nije izuzetno ili različito od već doživljenog, prave autentičnosti više nema. On tu pojavu gubitka individualnosti naziva smrću subjekta (Jameson, 1983: 114).

Zbog toga reprezentacije koje nas okružuju često ne uspijevaju postići osjećaj zadovoljstva kod pojedinca. Naime, sve je već doživljeno pa se stvarnost više ne doima stvarnom, odnosno, ona se počinje uspoređivati s reprezentacijama koje primamo preko medija. Frow smatra da „osjećaj neadekvatnosti reprezentacije ne proizlazi iz transcendentalne ili tajanstvene prirode objekta, već od multipliciranih prethodnih reprezentacija. One se javljaju u pisanju, televiziji, lancu metafora u kojima se objekt konstruira“¹² (Frow, 2003: 36). Stoga sve što doživimo ima podlogu u reprezentacijama koje su nastale kao svojevrsni amalgami televizije i iskustva (Frow, 2003: 38). Takve su reprezentacije konstrukti koji se pokušavaju predstaviti kao stvarni, a to upućuje na simulakr.

3.1. Simulakr

Baudrillard nadalje u svojoj teoriji upućuje na simulakre, slike koje gube povezanost sa stvarnošću i počinju zamjenjivati autentični doživljaj. Dakle, smatra on, „valja radikalno posumnjati u načelo referentnosti slike, strategiju preko koje ona uvijek stvara privid da se odnosi na neki stvarni svijet, na stvarne predmete, da reproducira nešto što joj logički i kronološki prethodi. Ništa od toga nije istinito. Kao simulakr, slika prethodi stvarnosti u mjeri u kojoj obrće logički, uzročni slijed stvarnoga i njegove reprodukcije“ (Baudrillard, 2001: 155). Stoga više ne možemo tvrditi ne samo da je simulakr kopija stvarnosti, već je sama stvarnost apsorbirana i reprodukcija postaje jedini oslonac. Simulakr se počinje predstavljati kao stvaran, iako je jasno da se radi samo o prividu, ali izostaje stvarnost koja bi stajala naspram imitacije i pokazala je kao takvu. Prema tome, Baudrillard simulaciju vidi kao obrazac suvremenoga koda koji u pozadini ima neku stvarnost, dok je simulakr sam predmet ili proces koji nadomješta ono stvarno (Baudrillard, 2001: 69).

Današnje je društvo okruženo ekranima i slikama koje nam se nastoje prikazati kao stvarne: „u golemoj većini slučajeva, današnje slike, fotografije, film,

¹² Vlastiti prijevod

televizija trebaju predstavljati svijet s naivnom sličnošću, s dirljivom vjernošću. Mi spontano vjerujemo u njihovu stvarnost“ (Baudrillard, 2001: 156). Međutim, istina je takva da su to samo reprezentacije kojima nedostaje pravoga referenta. Ipak, s obzirom na to da su te slike postale sastavni dio našega svakodnevnog života, prestali smo ih doživljavati kao neprirodne i počinjemo vjerovati u stvarnost njihove reprezentacije.

3.2. Simulacija kao zamjena stvarnosti u *Bijeloj buci* i *Američkom psihi*

Uobičajeno je da se književne reprezentacije referiraju na izvanjski svijet, bilo u realističkome modusu ili simboličkome. To znači da se neka pojava prvo odvija u stvarnosti pa se pojavljuje u književnome tekstu. Takva situacija, u kojoj društvena pojava prethodi književnoj, više ne vrijedi u postmodernome društvu. Tako i u DeLillovu romanu *Bijela buka* reprezentacije počinju vladati nad stvarnošću (Frow, 2003: 37), a isto se događa i u *Američkom psihi*. Svijetom likova u romanima dominiraju medijske elektroničke slike, čiji pravi referenti u stvarnosti ne postoje. Zbog toga se javlja problem uspostavljanja značenjske razlike između stvarnoga života i njegove reprezentacije jer tu razliku više nije lako pronaći. DeLillo i Ellis u svojim naracijama otkrivaju „ono što je Fredric Jameson identificirao kao kulturalna logika multinacionalnog ili kasnog kapitalizma u kojemu društveno, političko i estetsko postaje ono što je Baudrillard nazvao simulakrom“¹³ (Duvall, 2003: 170). To znači da u *Bijeloj buci* nedostaje stvarnih referenata i ono što se u romanu prikazuje zapravo su kopije realnoga, no bez originala. Naime, referent je izgubljen, rastočen u bezbroj reprezentacija koje se nastoje prikazati kao stvarne (Lentricchia, 2003: 76). Slično je i u *Američkom psihi* u kojem se reprezentacije nastoje nametnuti kao stvarne toliko da više ni likovi u romanu ni čitatelj ne mogu razaznati jesu li opisani događaji stvarni ili ne.

¹³ Vlastiti prijevod

Romani se, dakle, mogu analizirati pozivajući se na Baudrillardovu teoriju simulakra. Njima vladaju slike koje su samo simulacija pa autori otkrivaju društvene prakse, poput odlazaka u kupovinu ili resoran, kao simulakre. Wilcox, naime, tvrdi da je svijet u kojem živi obitelj Gladney simulakr u kojem je stvarno iskustvo zamijenjeno slikama i elektroničkim predodžbama (Wilcox, 1991: 346), a upravo se to događa i u Ellisovu romanu. To znači i da je došlo do urušavanja stvarnosti, ona više nije osnova iskustvu, a njezina se zamjena nalazi u medijima. Baudrillard bi za takvu situaciju rekao: „na djelu je i urušavanje stvarnosti u hiperrealizam, u brižno podvostručavanje stvarnosti, po mogućnosti počevši od nekoga drugoga reproduktivnog medija – reklama, fotografija itd. – od medija do medija stvarnost se rasplinjuje“ (Baudrillard, 2001: 101-102).

Suvremeni je život, sugeriraju nam DeLillo i Ellis, zakrčen mnoštvom znakova koji počinju zamjenjivati primarnu stvarnost (Frow, 2003: 41). Ljudi su okruženi bezbrojnim slikama koje im prikazuju mediji, tako da se gubi doticaj s realnim. Osim toga, ističe Duvall, svakodnevne doživljaje okružuje mit autentičnosti, a njega stvara medijacija (Duvall, 2003: 180). To znači da se pojedinac u svojim svakodnevnim iskustvima počinje referirati na posredovane doživljaje koje je primio putem različitih medija. Ti se posredovani doživljaji oblikuju u mrežu reprezentacija koje su pohranjene u našem iskustvu i na koje se pozivamo u opisu novih doživljaja. Stoga likovi u romanima često svoje iskustvo uspoređuju s filmskim, s nečime što su vidjeli na reklamama i slično. Maltby također upozorava na tu činjenicu i ističe da trenutno vlada komunikacijska revolucija koja je „povećala moć medija do točke u kojoj su znakovi izmjestili svoje referente, gdje su slike Stvarnoga uzurpirale autoritet Stvarnoga, odakle je subjekt progutan simulakrumom. U prostoru simulacije razlika se između 'istinitog' i 'lažnog', 'stvarnog' i 'izmišljenog' urušila“¹⁴ (Maltby, 2003: 214). U takvu svijetu u kojem vladaju hiperrealna stanja izostaje pravi autentični doživljaj pa i trenutak koji se doima autentičnim, zapravo prenosi poruke masovnih medija.

¹⁴ Vlastiti prijevod

To zamjećujemo u Ellisovu romanu u kojem se glavni lik, Patrick Bateman, nerijetko poziva na filmsko iskustvo ili predodžbe koje je primio iz reklama ili gastronomskih vodiča. Također, i DeLillo prikazuje svijet zasićen porukama iz medija i posredovanim iskustvima koja dobivaju primat nad autentičnim doživljajima, kao što će se kasnije u radu detaljnije prikazati. Knight smatra da se u DeLillovu romanu u sve upliću mediji pa je svako iskustvo konzumirano preko sredstava elektroničke zabave (Knight, 2008: 30). Kod DeLilla je veći naglasak na televiziji kao takvoj, dok se u Ellisovu romanu stvaraju izravne reference na određene filmove i emisije. Dakle, može se reći da u ovim romanima „znakovi postaju stvarniji od stvarnosti i predstavljaju svijet koji brišu“¹⁵ (Wilcox, 1991: 347). Prema toj tvrdnji, likovi u romanima okruženi su simulacijama, dok stvarno iskustvo izostaje. Ne samo to, nego se likovi kreću u prostoru neprestanih simulacija koje su postale zamjena za stvarnost te ne pokazuju spremnost da se suoče s nečim što nije posredovano. Tako je jedan od simptoma zračnoga toksičnoga fenomena koji se opisuje u *Bijeloj buci* i *deja vu*, ali se on kod likova javlja tek kada oni na radiju čuju da je to simptom. Takva pojava, koja nema oslonca u originalnom trenutku već je konstruirana na temelju medijske poruke, sugerira nam, kaže Barrett, da možda ne postoje ni ranija iskustva na kojima se temelje sjećanja opisana u romanu (Barrett, 2001-2002: 97). Naime, originalno iskustvo izostaje pa se prema tome otvara prostor sumnji u stvarnost svih događaja opisanih u *Bijeloj buci*.

Utjecaj medija toliko je velik da stvara određene obrasce ponašanja. Tako Jack Gladney, glavni lik u DeLillovu romanu, u nastojanju da opiše ubojicu s kojim se njegov sin Heinrich dopisuje, „poseže za rasponom informacija iz masovne kulture, poput psiholoških 'profilu' koji konstruiraju, u prvom redu za televiziju, taksonomiju kriminalnih tipova“¹⁶ (Frow, 2003: 38). Tim opisom taj razgovor postaje formulaičan, ali ispunjava naša očekivanja onoga što se o masovnome

¹⁵ Vlastiti prijevod

¹⁶ Vlastiti prijevod

ubojici treba znati (Duvall, 2003: 175). Stoga Jack sinu postavlja pitanja koja se doimaju kao kopije onih koja je mogao vidjeti u televizijskim emisijama o ubojstvima: „Opsesivno se brinuo o svom oružju? Imao je arsenal skriven u svojoj otrcanoj sobi kraj šesterokatne betonske garaže? Pisao je dnevnik prije nego se popeo na krov? Jesu li žrtve bili potpuni neznanci? Je li čuo glasove u svojoj glavi? Kako se snalazio s medijima?“ (DeLillo, 2005: 51-52).

No nisu samo govor i ponašanje likova uzurpirani medijskim obrascima. Isto se događa i s njihovim identitetima. Stoga DeLillo prikazuje promjenu na koju Jack pristaje kada mu rektor savjetuje da promisli o promjeni imena ne bi li ga se shvaćalo ozbiljno kao začetnika studija o Hitleru: „Napokon smo se složili da bih morao izmisliti dodatno inicijalno slovo i nazvati se J. A. K. Gladney, uteg koji nosim kao posuđeno odijelo“ (DeLillo, 2005: 20-21). Jack prema tome zaključuje: „Ja sam lažni karakter koji slijedi vlastito ime“ (DeLillo, 2005: 21), a to upućuje na simulakr. Ako je dakle i sam lik u romanu postao slika nečega što nema referenta, jer njegovo novo ime više ne upućuje na njega, teško je odrediti gdje bi se granice simulakra u suvremenome svijetu uopće mogle povući.

3.2.1. SIMUVAC i SIMUVFAITH

Simulacija obrće poredak uzroka i posljedice pa i u DeLillovu romanu nailazimo na situaciju u kojoj se izmješta odnos stvarnoga događaja i njegove simulacije. To najbolje vidimo u Gladneyjevom susretu sa SIMUVAC-om: „'Zgodna je ta vrpca što je nosite oko ruke. Što znači SIMUVAC? Zvuči značajno.'

'Skraćenica za simulirane evakuacije. Novi državni program za koji se još uvijek bore pronaći novčana sredstva.'

'Ali, ova evakuacija nije simulirana. Stvarna je.'

'Mi to znamo. Ali, mislili smo da je možemo upotrijebiti kao model.'

'Kao oblik vježbe? Hoćete reći da ste iskoristili prigodu da upotrijebite stvarni događaj za uvježbavanje simulacije?'“ (DeLillo, 2005: 147)

Opisani događaj ilustrira hiperrealnost jer se pravi događaj iskorištava za vlastito uvježbavanje i simulaciju. Wilcox tvrdi da ova scena u romanu dokazuje da je „svijet preokrenut: simulacija je postala temelj stvarnosti“¹⁷ (Wilcox, 1991: 351). To jest, stvarni je događaj iskorišten za vježbu simulacije toga događaja, a ona je postala važnija od stvarnosti: „Naučili smo mnogo u noći rastućeg oblaka. Ali, nema zamjene za planiranu simulaciju. Ako se stvarnost umiješa u obliku automobilske sudara ili žrtve koja je ispala iz nosila, važno je upamtiti da mi nismo ovdje da bismo namještali slomljene kosti ili gasili stvarne požare. Mi smo ovdje da bismo simulirali“ (DeLillo, 2005: 214). Službenik u SIMUVAC-u objašnjava upravo ono što odgovara Baudrillardovoj izjavi: „u nedostatku istinske katastrofe, dopustivo je izazvati simuliranu katastrofu koja će biti ravna onoj pravoj i mogla bi je odmijeniti“ (Baudrillard, 2001: 143). To bi značilo da simulirana stvarnost postaje stvarna jer se nastoji reproducirati neki događaj onako kako bi se on mogao dogoditi. U toj simulaciji, koja nastoji prikazati moguću stvarnost, stvarnosti zapravo nema mjesta. Kako kaže djelatnik SIMUVAC-a, stvarnost bi ih mogla samo omesti, pa se prema tome vježba simulirane evakuacije otkriva kao konstrukt neutemeljen u realnome. Nadalje, Baudrillard nastavlja: „Pod izlikom da je žele izigrati, oni neposredno materijaliziraju sve njezine posljedice. Jednako je tako istina da ne možemo računati na slučaj da bismo prizvali katastrofu: valja iznaći njezin programirani ekvivalent u sigurnosnim mjerama“ (Baudrillard, 2001: 143). Prema tome, simulirani događaj mora odražavati stvarnost u kojoj se on nikad nije dogodio. Međutim, osiguravanje uvjeta automatski upućuje na odmak od stvarnosti pa se simulacija mora razumjeti kao konstrukt.

Slična je situacija u *Bijeloj buci* i s redovnicama koje simuliraju vjeru zbog laika kojima je vjera potrebna: „'Ali, vi ste opatica. Opatice vjeruju u te stvari.' (...)

¹⁷ Vlastiti prijevod

'Nevjernici trebaju vjernike. Očajnički traže nekoga tko vjeruje (...) Ako se ne bismo pretvarali da vjerujemo u te stvari, svijet bi se srušio.'" (DeLillo, 2005: 327-328)

Stoga Cantor redovnicu smatra simulakrumom religije (Cantor, 2003: 70) budući da ona predstavlja sliku koja ne podržava original. U stvarnosti redovnice ne vjeruju, one samo održavaju simulakr koji je stvorila zapadnjačka kultura. Tako Jack, Duvallovim riječima, otkriva SIMUVFAITH, tj. simulirano vjerovanje (Duvall, 2003: 179). Baudrillard opravdava simuliranu vjeru: „Sve dok postoji svrhovita misao o životu i smrti, duši, onostranost i besmrtnost su dane, poput svijeta, i nema razloga u njih vjerovati. Vjerujete li vi u stvarnost? Ne, naravno. Ona postoji, ali u nju se ne vjeruje. Ona je poput Boga. Vjerujete li u Boga? Ne, naravno: Bog postoji, ali ja u njega ne vjerujem“ (Baudrillard, 2001: 231). Odnosno, u stvarnost se više nema razloga vjerovati, jer simulakri nadomještaju vjeru u nju.

3.2.2. Štagalj

Scenu s 'najfotografiranim štagljem' mnogi kritičari smatraju jednom od ključnih u DeLillovu romanu. Prema Salyeru ona „predstavlja izazove kulturalne kritike: priliku da se vidi iza maski naših kulturalnih ikona, priliku da se odupremo ugrađenim interpretacijama ideja i slika koje smo usvojili kroz društvenu konzumaciju i priliku da promatramo dinamiku interpretacija koje protječu u, oko i kroz hermeneutički materijal kulture“¹⁸ (Salyer, 2003: 35). Naime, štagalj se doživljava preko kolektivnog iskustva, što mu povećava važnost: „Mi vidimo samo ono što drugi vide. Tisuće onih koji su ovdje bili u prošlosti i svi oni koji će doći ovamo u budućnosti. Pristali smo biti dijelom kolektivnog doživljavanja.“ (DeLillo, 2005: 16-17). Oko štaglja vlada aura zajedništva, a DeLillo omogućuje pogled kroz kulturalnu sliku štaglja koju je stvorio kolektiv. Ono što je kod njega jedinstveno upravo je ta njegova

¹⁸ Vlastiti prijevod

poznatost, tj. jedinstven je zbog slike koju održava kolektivno iskustvo (Saltzman, 2003: 210). Zbog toga se može reći kako štagalj simbolizira povezanost medija i konstrukcija kulture (Canton, 2003: 113). Mediji, u prvome redu beskonačno reproducirane fotografije štaglja, održavaju njegov status najfotografiranijega u Americi.

Murray, jedan od likova u romanu, štagalj tumači pomoću sustava slike i simulakruma i Gladneyju objašnjava „logiku svijeta simulacija u kojemu znakovi trijumfiraju nad stvarnošću“¹⁹ (Wilcox, 1991: 350). Murray tvrdi kako je nemoguće vidjeti štagalj kao stvarnost, zanemarujući njegove fotografije: „Nitko ne vidi štagalj', rekao je napokon. Uslijedila je duga tišina. 'Kad jednom ugledaš natpise o štaglju postane nemoguće vidjeti i sam štagalj'“ (DeLillo, 2005: 16). Štagalj se može iskusiti jedino preko konzumerističkoga iskustva pa njegova reprezentacija potrošnoga dobra nadvladava mogućnost da se vidi original, onako kako izgleda neobilježen medijima (Caton, 2003: 113). Osim toga, štagalj, koji pripada svakodnevicu, uzdignut je na status mitskoga. Radi se o predmetu koji odjednom postaje predmet imaginacije jer je masovna kultura u potpunosti demitologizirala svoje ikone pa se morala okrenuti običnome (Salter, 2003: 37). Stoga ova scena sa štagljem simbolizira konstrukt naše kulture od kojega su mediji učinili spektakl i čija se stvarnost ne može vidjeti bez uzimanja u obzir mnoštva medijskih reprezentacija koje ga okružuju i čine stvarnim.

3.3. Shizofreni karakter u romanima

U romanima se može uočiti da je autentični subjektivitet zamijenjen shizofrenim. Naime, Baudrillard smatra da se u svijetu obilježenom premreženošću beskonačnoga broja informacija koje dobivamo preko medija pojedinac nalazi u shizofrenome stanju (Baudrillard, 1983: 132). Stoga DeLillo u svojem romanu prikazuje likove čija je svijest decentrirana zbog utjecaja medija. Jedan je od primjera Willie Mink, koji je, moglo bi se reći, proizvod

¹⁹ Vlastiti prijevod

konzumerističke kulture usmjerene na televiziju. Naime, Mink provodi dane sjedeći u svojoj motelskoj sobi ispred televizora (DeLillo, 2005: 314), što u kombinaciji s uzimanjem sumnjivoga lijeka Dlyara, dovodi do njegove očite zbunjenosti i nemogućnosti normalnoga funkcioniranja u svijetu. Njegova je svijest rastrojena i podijeljena između stvarnih i medijskih iskustava, koje on nije sposoban razlikovati, što upućuje na shizofreniju. U ponašanju Williija Minka uočava se „kako mediji stvaraju konzumenta. Mink je doslovno mali čovjek iza zaslona velikoga i moćnoga Oza. A zaslon je televizija“²⁰ (Duvall, 2003: 186).

Postmodernost omogućuje dostupnost svih informacija i proizvoda pa oni prodiru u privatnu sferu pojedinca. Ta prevelika izloženost različitim konzumerističkim pojavama stvara konfuziju (Baudrillard, 1983: 132-133). Prema tome, svjetovi DeLillova i Ellisova romana odražavaju Baudrillardovo stanje „ekstatičnog plutanja u deliriju premreženosti, hiperrealnoga i fetišiziranih konzumerističkih predmeta“²¹ (Wilcox, 1991: 348), što je jedna od karakteristika shizofrenoga ponašanja. Glavni lik Ellisova romana, Patrick Bateman, također gubi fokus i u nekoliko se navrata ponaša krajnje delirčno, kao što je opisano u poglavlju *Sličica četvrtka poslijepodne*: „i sredina je poslijepodneva a ja stojim u telefonskoj govornici na uglu negdje u gradu, ne znam gdje, ali sam oznojen i u glavi mi tupo tutnji migrena i doživio sam žestoki napadaj panike, tražim valium, xanax, halcion, bilo što...“ (Ellis, 1999: 154). Bateman je, kao što se vidi, sasvim izgubljen, ne može kontrolirati svoje ponašanje, a jedina su donekle čvrsta mjesta u njegovoj svijesti upravo imena brendova, kojih se jedino uspijeva sjetiti: *Gucci, Matsuda, Conran, Habitrail, Pottery Barn* i drugi. Time Ellis ironizira suvremenu svijest koja je u potpunosti uzurpirana medijskim i reklamnim sadržajima. Mediji ne nude stabilnu sliku svijeta, već upravo suprotno, njegovu simulaciju koja se neprestano mijenja.

²⁰ Vlastiti prijevod

²¹ Vlastiti prijevod

Slike koje mediji nude toliko se brzo izmjenjuju da ih je gotovo nemoguće pratiti, a Ellis sugerira da su jedina stabilna mjesta u njima brendovi kapitalističke kulture. U trenutku kada Bateman ne može kontrolirati svoju svijest on iskazuje dovoljno prisebnosti da točno imenuje marke odjeće i lance trgovina, čime se potvrđuje njegova utopljenost u konzumerističku kulturu.

Dakle, likovi u romanima gube osjećaj za realnost i ilustriraju medijski kolonizirane svijesti koje ne mogu razlikovati stvarne podražaje od onih simuliranih. Upravo takvo, shizofreno stanje svijesti koje uočavamo kod likova u Ellisovu i DeLillovu romanu, odgovara iskustvu sebe u prostoru simulakra (Wilcox, 1991: 349). Naime, subjektivnost je u postmodernome društvu decentralizirana, tj. svijest je raspršena među ekranima i mrežama informacija. Njihovo je ponašanje delirično i nepouzđano te se likovi gube u prostoru između stvarnosti i simulacija.

3.4. Jezik i identitet

Postmoderni svijet karakterizira problem nepovezanosti iskustva i načina njegove ekspresije. Odnosno, jezik gubi svoju reprezentativnost i odnos između označitelja i označenika postaje nestabilan. Baudrillard kaže: „referent se održava izvan razumijevanja znaka: on na nj aludira, ali njegov ga unutarnji ustroj isključuje“ (Baudrillard, 2001: 14). Još je složenija situacija s jezikom medija koji penetrira u individualnu svijest. Ako jezik sada obilježava znak koji je izgubio svoj referent, onda je jezik medija kopija toga znaka. Osim toga, on ima vlastitu logiku, kao što prikazuju DeLillo i Ellis u svojim romanima. Naime, medijski se govor ne mora odnositi na stvarnost, ali na nju svakako utječe pa čak i oblikuje doživljaj stvarnosti kod likova, kao što je već prikazano na primjeru fenomena *deja vu* u *Bijeloj buci*.

U naraciju romana *Bijela buka* uneseni su brojni primjeri prodora jezika medija u književni tekst. Prema Wilcoxu, DeLillo time sugerira „pojavu novoga oblika subjektivnosti koja je kolonizirana medijima i decentrirana poliglosijom

diskurza i elektronskih mreža²² (Wilcox, 1991: 348). To jest, Jack i njegova obitelj prikazuju pojedince čiji se jezik počinje mijenjati pod utjecajem medija. Likovi u romanu okruženi su mnoštvom diskurza koje primaju s televizije, radija, reklama i ostalih medija, čime se oblikuje njihova svijest. U romanu nadalje dolazi do prodora jezika televizijskih reklama u naraciju, čime se jezik reklama pretvara u književni narativ: „*Coca-cola je to, Coca-cola je to, Coca-cola je to*“ (DeLillo, 2005: 58). Te reklame ocrtavaju američku kulturu i konzumerističku prirodu suvremenoga načina života. Osim toga, „DeLillo podcrtava paradoksalnost toga da, iako je jezik u društvu medija degenerirao u puko brbljanje i klišeje, imena brandova ne samo da cvjetaju, nego i prenose čaroliju i tajanstveno značenje“²³ (Maltby, 2003: 219). Zbog toga se riječi *Toyota Celica*, koje njegova kći Steffie izgovara u snu, Jacku čine kao da pripadaju onostranome, iako je zapravo riječ o riječima iz reklame za automobil: „Dugo mi je trebalo dok nisam shvatio da je to ime automobila. Ta me činjenica samo još više začudila. Riječi su izgovorene lijepo i tajanstveno, bljesak neuhvatljivog čuda“ (DeLillo, 2005: 163).

Govor koji u DeLillovu romanu najočitije odražava televizijske izraze nalazimo kod lika Willija Minka. Wilcox ističe kako je Mink „manje uzurpator, a više repozitorij za zbunjujući, metonimijski diskurz konzumerističke kulture“²⁴ (Wilcox, 1991: 360). To jest, u njegovu se govoru uočavaju različiti elementi medijskoga diskurza. Mink u nekoliko navrata ima izjave koje su u potpunosti nerazlučive od nečega što bi se moglo čuti na televiziji, poput: „Ali, to neće biti važno, čime se sve svodi na istu stvar. Neki od tih zaigranih dupina bili su opremljeni radio odašiljačima. Njihova daleka lutanja mogla bi nas naučiti čemu.“ (DeLillo, 2005: 319). Minkovo referiranje na dupine odražava govor televizijske emisije o njima i ne odgovara situaciji u kojoj su te riječi izrečene. Osim toga, on zbog lijeka koji uzima, Dylara, zamjenjuje riječi sa stvarima na

²² Vlastiti prijevod

²³ Vlastiti prijevod

²⁴ Vlastiti prijevod

koje se one odnose: „'Ponirući avion', rekao sam, oštro izgovarajući riječi, autoritativno. Odbacio je sandale, preklopio se u preporučeni položaj za pad“ (DeLillo, 2005: 319). Dakle, u njegovoj je svijesti došlo do narušavanja odnosa između znaka i označitelja pa on sve riječi shvaća doslovno.

Mink je i primjer shizofrenoga karaktera (Baudrillard, 1983: 132) koji je u postmodernome svijetu izgubio sebstvo. Njegov je identitet zamijenjen medijskim slikama, što se odražava i na njegov govor. Stoga se doima kako on nije sposoban za samorefleksiju i kritički stav prema riječima koje do njega dopiru s televizijskoga ekrana. On te riječi samo ponavlja: „Kućnom ljubimcu pod stresom možda bi trebalo prepisati dijetu“ (DeLillo, 2005: 316), iako one nemaju nikakvo značenje.

Slična je situacija i s likovima u Ellisovu romanu pa primjere različitih medijskih diskursa pronalazimo i u *Američkom psihi*. Glavninu sadržaja toga romana čine imena brendova kojima nedostaju pravi referenti i ulomci koji kopiraju diskurs filmova, reklama ili gastronomskih i modnih vodiča. To sugerira da Bateman nije sposoban izraziti vlastito mišljenje, odnosno, vodstvo traži u medijskoj kulturi koju svakodnevno konzumira (Nystrand, 2010: 9). Ona Batemanu služi kao nadopuna za autentičnost koja mu nedostaje. No to oponašanje popularne kulture dovodi do stvaranja dojma Batemanove uklopljenosti u okolinu pa on djeluje kao jedan od običnih ljudi iz susjedstva, kao što Ellis repetitivno naglašava već na samome početku romana: „'Ostavi Patricka na miru. On je dečko iz susjedstva'“ (Ellis, 1999: 26).

Murphet tu Batemanovu značajku da kopira medijski diskurs pripisuje njegovoj tendenciji napuštanja svojega glasa (Murphet, 2002: 27). Zbog toga je *Američki psiho* ispunjen preuzetim diskursima pa se doima kako su Batemanove misli reducirane na medijski govor. Međutim, ta činjenica sugerira medijsku kolonizaciju nesvjesnih predjela ljudske svijesti. Ipak, Murphet ističe da je „Bateman zapravo više od jezične zone u kojoj se nepomirljivi zvučni isjecci i povraćeni dijelovi medijskoga govora sudaraju i preklapaju; njegova 'psihoza'

usiljena je polifonija jezičnih igara koje ocrtavaju suvremeni identitet, identitet koji je bez supstancije i središta²⁵ (Murphet, 2002: 53). Takav identitet također je u skladu s Baudrillardovom definicijom shizofrenoga karaktera i njegova gubitka sebstva u svijetu elektroničke premreženosti.

²⁵ Vlastiti prijevod

4. Uloga masovnih medija u simulaciji zbilje

Mediji se u suvremenome svijetu shvaćaju kao nezamjenjiv način masovne komunikacije. U suvremene medije spadaju novine, radio, televizija i različite vrste emitiranoga programa (Ambirajan, 2000: 2141). Sadržaji koje primamo putem medija vrlo su raznoliki pa ne čudi da je njihov utjecaj na društvo nemoguće izbjeći. Postmoderno doba zapravo obilježava zasićenost medijskim porukama tako da reklamni programi, isječci informacija i zujanje prijemnih uređaja stvaraju ambijentalni zvuk u pozadini svakidašnjega života (Donovan, 2005: 39).

Baudrillard važnost medija ne vidi u sadržajima koje oni prenose, već u načinu na koji se oni pojavljuju u našoj okolini. On ističe da „mediji ne uređuju društvene odnose kao prijenosnici nekog sadržaja, nego svojom oblikom i djelovanjem, a to nije odnos eksploatacije nego apstrakcije, odvajanja“ (Baudrillard, 2001: 31). Budući da se komunikacija temelji na razmjeni pitanja i odgovora, Baudrillard smatra da u masovnim medijima nema komunikacije. Oni su, kaže Baudrillard, ne-posredovateljski (Baudrillard, 2001: 32). To je obilježje za medije ključno, jer „dati i djelovati na način da se vama ne može uzvratiti, znači prekinuti razmjenu sebi u korist i uspostaviti monopol: društveni je proces na taj način neuravnotežen. Uzvratiti, naprotiv, znači slomiti taj odnos moći i uspostaviti (ili iznova uvesti), na osnovi antagonističke uzajamnosti, kolanje simboličke razmjene. Jednako je i na polju medija: oni govore *i djeluju na način da im se nikako ne može odgovoriti*“ (Baudrillard, 2001: 32). Zbog toga mediji uspostavljaju dominaciju, oni ne zahtijevaju odgovor pa nema ni razmjene između medija i publike. Stoga mediji imaju nadmoć nad publikom i prenose poruke koje ona mora usvojiti jer im se ne može suprotstaviti.

Kada je riječ o informacijama koje primamo putem medija, Baudrillard se osvrće i na njih: „širenjem medija kronika dana je promijenila status: od sporedne kategorije (proizašle iz almanaha i pučke kronike), postala je ona totalni sustav mitološke interpretacije, stegnuta mreža modela značenja kojemu

nijedan događaj ne promiče. To je masmedijalizacija“ (Baudrillard, 2001: 38). U suvremenome svijetu svaki događaj prolazi zapaženo i prenosi se do svakoga pojedinca. To odgovara simulaciji, koja je „ekstaza stvarnoga: dostaje gledati televiziju – svi se stvarni događaji na njoj nižu u posve ekstatičnu odnosu, to jest s vrtoglavim i stereotipnim obilježjima, nestvarnima i ponavljajućima, omogućujući njihovo sumanuto i neprekinuto nizanje. Predmet reklame je ekstaziran, a takav je i potrošač u reklamnu promišljanju – vrtloženje uporabne i razmjenske vrijednosti do poništenja u čistoj i praznoj formi etikete“ (Baudrillard, 2001: 131-132). Dakle, mediji prenose gomilu sadržaja koje se samo nižu u mahnitome vrtlogu informacija. Stoga ne čudi da se i publika koja te informacije prima počinje ponašati manično i neusredotočeno.

Međutim, kao što je već rečeno, medijima se ne prenose samo sadržaji. Baudrillard njihovu sadržajnu stranu ne smatra ključnom: „ono što se medijem posreduje nije ono što razdaje tisak, televizija ili radio: to je ono što je iznova obuhvaćeno oblikom/znakom, artikulirano u modele, upravljano kodom“ (Baudrillard, 2001: 38). Dakle, medijima se prenosi i poruka koja je sadržana u kodu, tj. značaj je medija u obliku i načinu na koji dominiraju suvremenom kulturom i utječu na svijest publike. Stoga se i može ustvrditi da „upravo medij, sam način montaže, izdvajanja, interpelacije, solicitacije, sažimanja od strane medija upravlja procesom značenja“ (Baudrillard, 2001: 90). Mediji reguliraju način na koji primamo informacije, ali i izvršavaju selekciju podataka koji dopiru do javnosti. Prema tome, oni doista u Baudrillardovome smislu upravljaju značenjima koje publika preko medija usvaja.

Ono što se dalje ističe kao ključna značajka medija je njihovo neprekinuto nizanje događaja koji su često fragmentirani. Takva prezentacija informacija isključuje mogućnost kontemplacije jer dolazi do maksimalnoga skraćivanja vremena reakcije (Baudrillard, 2001: 87). Zbog toga je ponekad teško pronaći ravnotežu između stvarnosti i imaginarnoga, jer medij ne dopušta takvo razlikovanje. Naime, oni nam nude mnoštvo djelomičnih informacija koje

pojedinaac ne stiže ni interpretirati, zbog njihove velike brzine izmjene. Jean Baudrillard je suvremenu situaciju, u kojoj mediji ulaze u domenu privatnoga, nazvao ekstazom komunikacije (Baudrillard, 1983: 130). On ističe: „s komunikacijom i informacijama, s neposrednim promiskuitetom svih tih mreža, s njihovim neprestanim povezivanjem, mi smo sada u novom obliku shizofrenije“²⁶ (Baudrillard, 1983: 132). Odnosno, komunikacija koja se odvija preko medija (iako je upotreba riječi komunikacija uvjetna, s obzirom na to da nema mogućnosti odgovora medijskim porukama), toliko je zastupljena u suvremenome svijetu da je zapadnjačka kultura i individualna svijest u potpunosti uhvaćena u mreže informacija koje beskonačno kolaju javnim, ali i privatnim sferama.

4.1. Masmedijalizacija u romanima

Nije teško uočiti utjecaje medija u romanima koji se analiziraju u ovome radu. Boxall smatra da DeLillo odbija uspostaviti razliku između kulture medija i visoke kulture (Boxall, 2008: 44), one se međusobno prožimaju i nadopunjuju. Mediji, smatra Horrocks, stvaraju viđenje povijesti kao 'tekućih događaja', zbog čega se povijest preobražava u 'stvarno vrijeme' koje možemo pratiti putem vijesti (Horrocks, 2001: 28). To je u skladu s težnjom zapadnjačke kulture za informiranošću, a Held tu težnju smatra pravom demokratskoga društva i ističe da je dužnost medija pribaviti informacije koje su građanstvu potrebne (Held, 1997: 195). Međutim, ta je potreba dovela do velike medijalizacije kulture, što znači da našom suvremenom kulturom dominiraju mediji koji su u velikoj mjeri komercijalizirani (Held, 1997: 200). To za posljedicu ima sve teže razlikovanje informativnih medija od onih zabavnih (Held, 1997: 200). Tako DeLillo prikazuje Babette koja odlazi starom Treadwellu čitati iz tabloida i novina: „Čita mu iz časopisa *The National Enquirer*, *The National Examiner*, *The National Express*, *The Globe*, *The World*, *The Star*“ (DeLillo, 2005: 9). On prima

²⁶ Vlastiti prijevod

informacije o svijetu oko sebe iz novina koje su informativne, ali i onih koje su zabavnoga karaktera. U DeLillovu romanu stoga se javlja problematiziranje utjecaja televizije i supermarketa te konzumerističke kulture na svakodnevicu ljudi, kao i istovremeno osvrtnje na teme koje se tiču života i smrti. Ellis se također bavi sličnim temama te istovremeno upozorava na razarajuće posljedice konzumerističke kapitalističke kulture i raspad svijesti pod utjecajem medijskih sadržaja. Stoga se može reći da i DeLillo i Ellis u svoje romane upliću elemente iz popularne kulture, obijajući uspostaviti razliku između kulture tabloida i trač-rubrika te visoke kulture.

Osim toga, DeLillo u svojem romanu otkriva konstruktivnost našeg pogleda, tj. osvježuje golem utjecaj medija na naše poimanje svijeta (Weinstein, 2003: 131). DeLillo, na primjer prikazuje sljedeću scenu razgovora između Jacka i Heinricha: „Noćas će padati kiša."

'Pada već sada', rekao sam.

'Na radiju su rekli noćas.' (...)

'Pogledaj staklo', rekao sam. 'Je li to kiša ili nije?'

'Samo govorim što su oni rekli'

'Ne smijemo sumnjati u naša osjetila i nešto što je očigledno samo zato što su na radiju rekli nešto drugo.'" (DeLillo, 2005: 27).

Ovaj prizor otkriva da se Heinrich radije poziva na ono što je primio putem medija, nego na stvarno iskustvo koje ga okružuje. Njegov je način promatranja svijeta toliko iskonstruiran medijskim porukama da on zanemaruje svoja osjetila ako se ona ne slažu s tim porukama.

Nadalje, masovni mediji stvaraju referentni okvir za interpretaciju svakodnevnih iskustava. To znači da stvarnost kategoriziramo prema okvirima oblikovanim u medijima (Hirschman, Thompson, 1997: 44). Tako likovi u DeLillovu romanu pristupaju pojavama oko sebe na način koji su već usvojili preko medijskih poruka. Stoga obitelj Gladney zna što treba očekivati kada u drugome dijelu romana dođe do evakuacije, jer se aktivira njihovo znanje o evakuacijama koje

su već vidjeli, iako ih možda nikada prije nisu sami doživjeli. Čak i više od toga, televizija i ostali mediji nameću likovima očekivanja i interpretacije kroz koje oni počinju doživljavati svakodnevni život (Walker, 1999: 434). Odnosno, Caton tvrdi da „forme masovnoga marketinga konstruiraju način na koji doživljavamo svijet“²⁷ (Caton, 2003: 113). Prema tome je i scena opisa nesreće koja je dovela do zračno-toksičnog fenomena prikazana u stilu filmova katastrofe: „Ispod oblaka isparavanih kemikalija ukazala se scena puna hitnosti i djelatnog kaosa. Reflektori su osvjetljavali ranžirni kolodvor. Vojni helikopteri lebdjeli su na raznim mjestima pružajući dodatno svjetlo čitavoj sceni. Obojena svjetla policijskih patrolnih kola unakrsno su prelamali ta velika svjetla. Vagon-cisterna solidno je stajao na tračnicama, dimilo se iz rupe na jednoj njegovoj strani...“ (DeLillo, 2005: 123). Dakle, sam opis u potpunosti odgovara čitateljevim očekivanjima o izgledu jedne takve katastrofe, a ta su očekivanja usmjerena prethodnim medijskim reprezentacijama.

Sve što se događa u suvremenome svijetu, sugerira nam DeLillov roman, zabilježeno je u medijima. Ono što nam DeLillo temeljno prikazuje je „svijet u kojemu je iskustvo toliko posredovano medijima da se nude televizijski tečajevi iz osnovnih tjelesnih funkcija, poput „Hrana i piće: temeljna načela“ (DeLillo, 2005: 179)²⁸ (Wilcox, 1991: 361). Prema Weinsteinu, mediji imaju neospornu ulogu u izvršavanju dvostruke funkcije istovremenog „aktualiziranja i derealiziranja“²⁹ (Weinstein, 2003: 133), u smislu da se doima kako pojedinačno iskustvo nije stvarno dok se ne pojavi na večernjim vijestima: „'Gdje su mediji?' pitala je.

'Nema medija u Iron Cityju.'

'I oni su sve to pretrpjeli ni za što?'“ (DeLillo, 2005: 101). Upravo prisutnost medija neko iskustvo čini stvarnim (Duvall, 2003: 175). Zapravo, može se zaključiti kako je „jedino što potvrđuje stvarnost iskustva njegova konstrukcija

²⁷ Vlastiti prijevod

²⁸ Vlastiti prijevod

²⁹ Vlastiti prijevod

kao medijskoga događa³⁰ (Duvall, 2003: 176). Stoga ni likovi u romanu svoje iskustvo ne doživljavaju kao stvarno dok god izostaje medijska popraćenost. Zato čitatelja ne iznenađuje kada ljudi u Blacksmithu počinju simulirati svoja ponašanja prema simptomima koje navode mediji: „Najprije su rekli iritacija kože i znojni dlanovi. Ali, sada kažu mučnina, povraćanje i isprekidano disanje' (...) Još je rekla da su se djevojčice tužile na znojenje dlanova. 'Objavili su ispravak', rekao je Heinrich. 'Reci im da bi morale povraćati'“ (DeLillo, 2005: 119-120). Tim ljudima, dakle, nedostaje autentični kontekst događaja na koji bi se mogli osloniti pa toksični oblak mogu shvatiti samo preko posredovanih informacija. Tako da Wilcox zaključuje da ovaj događaj „prikazuje stanje u kojem su odgovori subjekata istovremeno i konstruirani i opravdani radijem i televizijom“³¹ (Wilcox, 1991: 351).

U skladu s tim Horrocks ističe da „s pojavom komunikacijskih sustava, kibernetike i sklonosti kasnog kapitalizma da djeluje preko slika i značenja prije negoli preko pukih proizvoda, danas se 'stvarnost' više čak i ne određuje kao odsutna, nego ju stvaraju modeli i kodovi na samoreferentni način, kao hiperrealnost: stvarnost je danas stvarnija od stvarnoga“ (Horrocks, 2001: 10). Ta tvrdnja u skladu je s Baudrillardovim pogledom na hiperrealnost i odsustvo originala koji obilježavaju simulakr. To jest, stvarnost koju kreiraju slike postaje stvarnija od one koja se zapravo događa.

Slično kao i DeLillo, Ellis također u svojem romanu prikazuje svakodnevicu koju konstruiraju mediji, ali ne na način koji bi odgovarao Jackovu viđenju: „Svijet je prepun napuštenih značenja. U svakodnevici nailazim na neočekivane sadržaje i snažne doživljaje“ (DeLillo, 2005: 192). Naime, Ellis donosi prikaz jednolične, dosadne svakodnevice ispunjene pasivnim likovima. Nju ne obilježavaju snažni doživljaji, već repetitivna i jednolična iskustva. No to bi

³⁰ Vlastiti prijevod

³¹ Vlastiti prijevod

moglo biti stoga što Ellis prikazuje svijet hiperrealizacija kakav tumači Baudrillard, u kojemu je sve već viđeno i sve se beskonačno replicira.

Osim ove, postoji i puno ozbiljnija posljedica komercijalizacije medija, a to je činjenica da kultura koja je njima oblikovana utječe na to da publika sve teže podnosi onu koja nije oblikovana interesima komercijalizacije (Held, 1997: 2001). Odnosno, današnje društvo toliko je zasićeno komercijalizmom da se njegovi učinci počinju javljati na nesvjesnoj razini pa javnost ne može ni zamisliti alternativu. Ellis to oprimjeruje Batemanovom potrebom za medijacijom kada kaže, na primjer: „*Mrzim* glazbu uživo“ (Ellis, 1999: 150). Njemu je koncert uživo sasvim odbojan i puno veće zadovoljstvo nalazi u glazbi koju prima s nekog od suvremenih medija. Lentricchia i McAuliffe upozoravaju da je u suvremenoj kulturi postalo uobičajeno više težiti za slikom nego za stvarnošću (Lentricchia, McAuliffe, 2003: 61). To se uočava i kod Batemana koji se radije okreće video kazetama, televiziji i CD-ovima, nego iskustvu stvarnoga. Batemanova je svijest toliko kolonizirana zabavnim medijima da se oni javljaju u pozadini njegovih misli: „Tekstovi Madonninih pjesama stalno me ometaju, ulijeću mi u glavu, najavljuju se na poznat, zamoran način“ (Ellis, 1999: 382). Osim toga, on više nije siguran je li neki događaj dio medijskih poruka koje je konzumirao ili ih je iskusio u stvarnosti: „Znaš, ne bi tako govorio da si bio na vjenčanju Jayne Simpson. Da si ga samo vidio, odmah bi se poželio oženiti sa mnom.“

'Ali, *bio* sam na vjenčanju Jayne Simpson, Evelyn' (...) 'Ili možda nisam', pitam se na glas. 'Možda sam... je li to bilo na MTV-u?'“ (Ellis, 1999: 132).

No nije samo njegova svijest pod utjecajem simulakra, već se i samo njegovo ponašanje prilagođava svijetu u kojem su istinito i lažno međusobno potpuno zamjenjivi: „Toliko sam usavršio svoje lažne reakcije da zvuče posve prirodno i nitko ništa ne opaža“ (Ellis, 1999: 162). U njegovoj je izjavi zabrinjavajuće to što su svi likovi toliko navikli na simulacije da ih ne prepoznaju ni u samim

ljudima. Sličan je primjer i u DeLillovu romanu u kojem jedan od likova priznaje medijsku iskonstruiranost svojega ponašanja:

„'Tko je predstavljao najznačajniji utjecaj u tvom životu?', rekao je neprijateljskim tonom. 'Richard Widmark u *Poljupcu smrti*. Kad je Richard Widmark gurnuo onu staricu u invalidskim kolicima niz stepenice, to je bilo nešto poput mog vlastitog prijelomnog trenutka. Riješilo je brojne sukobe. Kopirao sam smijeh Richarda Widmarka i upotrebljavao ga bar deset godina (...) Sjećaš li se tog jezovitog smijeha? (...) Pomogao mi je da postanem osoba“ (DeLillo, 2005: 222-223).

Iz navedenoga se opaža kako masovni mediji podržavaju kulturu simulakra i simulacija. Likovi počinju imitirati simulakre koji ih okružuju pa se može reći da se pomoću njih prenose kodovi i slike koje utječu na svijest i ponašanje likova u romanima.

4.2. Bijela buka

Nužno je obratiti pozornost na naslov romana *Bijela buka*. On se može shvatiti na dva načina koji se toliko razlikuju da taj naziv upućuje na paradoks. Prvo, u znanosti se ovaj pojam odnosi na „aperiodičan zvuk s frekvencijama nasumičnih amplituda i intervala – termin za kaos. U glazbi pak, 'bijela buka' označava zvuk koji proizvode sve frekvencije čujnih zvučnih valova zajedno – termin za kompleksan, simultan red“³² (LeClair, 2003: 27).

U romanu bijelu buku čine zvukovi koji su neprestano prisutni u pozadini života koji se opisuje, poput zvukova kućanskih aparata, čavrljanja djece i sličnih pozadinskih zvukova (LeClair, 2003: 27). Jedan je od primjera opis pozadinskih zvukova koji se čuju u supermarketu: „Glasovi iz vrtova i šetališta letjeli su do vrha desetog kata, graja koja je odjekivala i vrtjela se golemom galerijom, miješajući se s bukom katova, ritmom koraka i zvonjavom zvončića, šumom

³² Vlastiti prijevod

pokretnih stepenica, zvukom ljudi koji jedu, ljudskim zujanjem neke živahne i sretne razmjene“ (DeLillo, 2005: 92). Međutim, tim ambijentalnim zvukovima pripadaju i alarmi, reklamne poruke i slični nimalo ugodni zvukovi (LeClair, 2003: 28): „Protupožarni alarm oglasio se iz predsoblja“ (DeLillo, 2005: 12). Cijeli je DeLillov roman ispunjen takvim referencama na zvukove koji se javljaju kao dio ambijentalne buke svakodnevnoga života.

Wilcox smatra da pojam bijele buke u ovome romanu ima značenje neutralnoga govora medija i neprestanoga dotoka podataka koji nas zapljuskuju u društvu koje je zasićeno medijima (Wilcox, 1991: 347), a to se može potvrditi iz brojnih referenci na zvuk koji dopire s televizira u *Bijeloj buci*: „Netko je uključio televizor na kraju blagovaonice i ženski glas je rekao...“ (DeLillo, 2005: 34). U skladu s tim, prvi se dio romana, *Valovi i isijavanje* „u potpunosti odnosi na bijelu buku, stvarnu i metaforičku, koja čini pozadinu postmodernoga života“³³ (Lentricchia, 2003: 84). Taj dio romana prikazuje funkcioniranje jedne prosječne američke obitelji, uz kulisu bijele buke koju čine njihovi usputni razgovori, kolanje informacija iz medija koje likovi ni ne uspijevaju u potpunosti registrirati, kao i zvukovi kućanskih aparata. No s druge strane, DeLillo prikazuje buku života likova, njihovih odnosa, trenutaka koji su pozadinski pravoj priči o nečijem životu pa često prolaze nezamijećeno, ali ih DeLillo sustavno bilježi: „Neki od ostalih članova obitelji bili su u kuhinji i pripremali objed, neki su otišli na kat da otvore svoje poklone u miru. Televizija je rekla: 'To stvorenje razvilo je složeni oblik želuca, sukladno svojoj lisnatoj djeci'. 'Ne sviđa mi se to što se zbiva s majkom', rekla je Bee glasom kultivirane tjeskobe“ (DeLillo, 2005: 104). Treba istaknuti kako je u *Bijeloj buci* u pitanju „vrsta bijele buke koja je više kulturološka nego tehnološka“³⁴ (Lentricchia, 2003: 84). LeClair se slaže s tom tvrdnjom izjavljujući da je DeLillo u *Bijeloj buci* okupio poznate zvukove američke kulture (LeClair, 2003: 29). Stoga bi svi

³³ Vlastiti prijevod

³⁴ Vlastiti prijevod

ti zvukovi koje DeLillo umeće u svoj roman trebali predstavljati dio zapadnjačke kulture pa prema tome oni predstavljaju više od same buke.

Slično već navedenim tumačenjima bijele buke, i Bonca ističe da je ona proizvod medija i tehnološke konzumerističke kulture. Bijela buka „prodire u naše domove i umove (i naše ozbiljne romane)“³⁵ (Bonca, 1996: 31), pa i sam Jack primjećuje u jednom trenutku: „Bijela buka posvuda“ (DeLillo, 2005: 319). Bonca upozorava da bi se u suvremenoj marksističkoj teoriji ili Frankfurtskoj školi bijela buka shvaćala kao „manifestacija konačnoga trijumfa kapitalističkoga prisvajanja (...), a iz Baudrillardove perspektive, bijela je buka carstvo ekstaze komunikacije, značenjskoga vrtloga masovne kulture koji raspršuje subjekt u karike u označiteljskome lancu“ (Bonca, 1996: 31-32). Djelici medijskih informacija koji se beskonačno vrtlože oko likova sveprisutni su u suvremenome životu pa počinju činiti bijelu buku, tj. kompleks zvučnih valova.

Bijela buka ne proteže se samo u okolinu, već kao i svi mediji, prodire u intimu pojedinca. Prema Weinsteinu i Wilcoxu (Wilcox, 1991: 356), lik Williija Minka trebali bismo smatrati oživotvorenjem bijele buke. Njegov nam lik pruža uvid u tehnološke zvukove koji su prodrli u tekst (Weinstein, 2003: 144), a Wilcox upozorava da Mink proživljava „kognitivni ekvivalent bijele buke“³⁶ (Wilcox, 1991: 356). To je stoga što je njegov um prepun medijskih poruka koje neprestano pokušavaju izbiti na površinu, što im povremeno i uspijeva pa njegov govor počinje sličiti medijskome diskursu.

Wilcox nadalje smatra da Jack Gladney u bijeloj buci kulture, koju čine različiti mediji i okolinski zvukovi, nastoji pronaći značenje (Wilcox, 1991: 349). Njegova bi se uloga u romanu mogla shvatiti kao pokušaj razlučivanja bijele buke od onoga što je doista važno. Stoga on u mnoštvu medijskih informacija i

³⁵ Vlastiti prijevod

³⁶ Vlastiti prijevod

poruka koje dobiva od svoje okoline nastoji iznaći one koje će mu rasvijetliti smisao za kojim traga.

Bijelu buku uočavamo i u Ellisovu romanu pa bi se kao takvom mogao označiti šum razgovora koji se vode u romanu, ispunjenih imenima restorana, hrane i brendova, a koji ne označavaju ništa. Međutim, Murphet upozorava da Batemanov glas u *Američkom psihu* nije samo bijela buka, on nosi puno više značenja (Murphet, 2002: 24). Ta su značenja simbolička pa ih možemo iščitati kao kritiku suvremene kulture i ispraznoga načina života američkih japijevaca. Dakle, bijela buka u ovima je romanima više od same buke, ona prenosi informacije o suvremenoj kulturi i njezinim obilježjima.

4.3. Patty Winters Show

Ona uloga koju televizija ima u DeLillovu romanu u stvaranju bijele buke, u *Psihu* bi se mogla pripisati sveprisutnom *Patty Winters Showu*. Iako on djeluje pozadinski pa se čini kao da ga Bateman spominje samo usputno, ta emisija zapravo progovara o američkoj kulturi. U Ellisovu romanu nema gotovo ni jednoga poglavlja koje ne spominje navedeni *talk show* i teme kojima se toga dana njegova voditeljica bavila. Neke od tih tema uključuju NLO-e koji ubijaju (Ellis, 1999: 122), ubojstva male djece i njihove ubojice koji će izbjeći kaznu (Ellis, 1999: 144), barovi specijalizirani za salate (Ellis, 1999: 230), savjeti o ljepoti princeze Di (Ellis, 1999: 304) ili intervju s čovjekom koji je zapalio svoju kćer dok je rađala (Ellis, 1999: 349) te mnoge druge. Dakle, može se uočiti kako se iz tih tema iščitavaju događaji koji oblikuju američku kulturu. Za Batemana bi se moglo reći da je on strastveni pratilac te emisije pa ju redovito gleda i snima na kazete kako ne bi propustio ni jednu epizodu. Međutim, *Patty Winters Show* toliko se često pojavljuje u njegovim mislima da je nemoguće ne primijetiti ulogu te emisije u oblikovanju senzibiliteta suvremene američke javnosti. Iz nekih od tema kojima se *show* bavi može se uočiti zasićenost američke kulture nasiljem, opsesija izgledom, kao i žeđ za informacijama o

popularnih trendovima koji trenutno vladaju. Stoga se može zaključiti kako je *Patty Winters Show*, iako djeluje pozadinski i nebitno za radnju romana pa bi se mogao označiti kao bijela buka, zapravo jedan od ključnih izvora informacija o američkoj kulturi koje Ellis nudi čitatelju. Prema tome se bijelu buku u DeLillovu i Ellisovu romanu, kao što je već rečeno, ne smije zanemariti u određivanju njezine važnosti u kontekstu navedenih romana.

4.4. Zračno-toksični fenomen

Cijeli je drugi dio DeLillova romana posvećen kemijskome zagađenju nazvanome zračno-toksični fenomen. Naime, dolazi do nesreće na tračnicama u kojoj se izlio kemijski sadržaj i zbog čega je nastao teški oblak koji počinje prijetiti domaćinstvima u Blacksmithu. Iako se isprva čini da se ne trebaju bojati toga događaja, uskoro se situacija razvija u drugome smjeru pa se obitelj Gladney, uz mnoge druge, mora evakuirati. LeClair ističe činjenicu da se život Gladneyjevih i drugih obitelji u Blacksmithu nije izmijenio zbog vidljivih obilježja katastrofe koja se događa, već zbog informacija (LeClair, 2003: 7). To znači da su mediji gomilali podatke o događaju, čime su utjecali na život ljudi i način na koji su oni taj događaj doživjeli. Nazivi za zračno-toksični fenomen u medijima mijenjaju se: pramen dima (DeLillo, 2005: 119), crni pokretni oblak (DeLillo, 2005: 121), oblak smrtonosnih kemikalija (DeLillo, 2005: 127), što utječe na interpretaciju događaja kod onih koji te informacije primaju. LeClair također upozorava da se prva pojava toksičnoga oblaka opisuje „na način koji podsjeća na obilje supermarketa i medijsku distrakciju“³⁷ (LeClair, 2003: 17). To odgovara Weinsteinovoj tvrdnji: „da bi se ovaj događaj razumio i internalizirao kao stvarno iskustvo, on se mora ne samo upakirati i prezentirati, već i pretvoriti u narativ koji se može konzumirati“³⁸ (Weinstein, 2003: 134). Prema tome, stanovnici Blacksmitha ovu katastrofu doživljavaju onako kako im

³⁷ Vlastiti prijevod

³⁸ Vlastiti prijevod

ju predstavljaju mediji, a to se može vidjeti i na primjeru simptoma koje oni simuliraju u nedostatku stvarnoga konkretnoga doživljaja, kao što je već objašnjeno ranije u radu. Osim toga, opisani događaj služi DeLillu kako bi prikazao nešto što se provlači kroz cijeli roman, a to je činjenica da je „medij televizije postao toliko internaliziran u suvremenoj svijesti da iskustvo više ne može biti percipirano kao neposredno bez elektroničke reprezentacije“³⁹ (Duvall, 2003: 190). Ta tvrdnja odgovara Baudrillardovoj da „čovječanstvo može prihvatiti da tjelesno nestane, ali ne može se pomiriti s time da žrtvuje spektakl“ (Baudrillard, 2001: 150). Prema tome, ljudima neprestano treba potvrda da je ono što im se događa vrijedno medijske pozornosti:

„'Nema ništa na programu', govorio nam je. 'Ni slike ni riječi. Nema filmskih zapisa, nema izvještaja s mjesta događaja. Zar se stvari poput ove zbivaju tako često da više nikog nije briga? Zar ti ljudi ne znaju kroz što smo mi sve prošli? (...) Zar je moguće da nitko ne želi emitirati prikladnu reportažu o takvom događaju? (...) Zar ne znaju da je ovo stvarno? Zar ne bi ulice morale biti preplavljene kameranima i tonskim snimateljima i reporterima?“ (DeLillo, 2005: 170-171).

Ono što lik u romanu nastoji prenijeti je činjenica da bi se mediji trebali zanimati za katastrofe, a ako to ne čine, postaje upitno radi li se uopće o katastrofi. Ljudi su ogorčeni što medije ne zanima ono što oni proživljavaju, čime njihovo iskustvo postaje bezvrijedno. Stoga je najstrašnija stvar u cijelomu događaju činjenica da ni jedna televizijska kuća o njemu ne izvještava (Frow, 2003: 41). Ljudi u gradu su evakuirani, ali izostaje medijska popraćenost, što ih ostavlja praznima i oni osjećaju gubitak zbog toga.

Prema tome je zaprepaštenje zbog katastrofe koja ih je zadesila uzrokovana medijskim slikama i informacijama koje dobivaju o samome fenomenu. Mediji ih upućuju na to kako trebaju pristupiti nesreći, je li ona ozbiljna ili nije te koje bi posljedice trebali imati u vidu simptoma. Dakle, u romanu se radi više o

³⁹ Vlastiti prijevod

posredovanome nego o autentičnome iskustvu katastrofe. No istovremeno se likovi osjećaju izdanima jer mediji kasnije ne potvrđuju stvarnost njihova iskustva, tj. ne prikazuju evakuaciju i tegobe kroz koje su morali proći.

5. Televizija

Televizija, kao jedan od medija u suvremenome društvu, ima veliku ulogu u oblikovanju javnoga mnijenja. Ambirajan televiziju smatra najutjecajnijim u odnosu na druge medije (Ambirajan, 2000: 2144), a i Frow ju proglašava središnjim suvremenim medijem (Frow, 2003: 43). Murray, lik u DeLillovu romanu izjavljuje: „'Uspio sam shvatiti da je TV medij ishodišna snaga u američkom domu. Izdvojen, bezvremen, samodovoljan i koji se referira na sebe samog. TV je poput mita koji se rađa baš u našem dnevnom boravku“ (DeLillo, 2005: 58). Takva izjava osvjetljava televiziju kao medij koji je samo središte i suština zapadnjačke kulture, a istodobno sumira Baudrillardovu tezu o nereferencijalnosti slika koje se prenose medijima.

Baudrillard televiziji pripisuje razarajuću ulogu jer smatra da mediji poništavaju mogućnosti kritičkoga promišljanja, a tomu je tako stoga što su svi fenomeni koji se prikazuju svedeni na razinu frenetične kulture koja upija samo jednostavne i nediferencirane fenomene (Ambirajan, 2000: 2146). S jedne strane „mediji, samim svojim razvojem (kapitalističkim), osiguravaju sve veću socijalizaciju – ako je to možda tehnički zamislivo, ne postoji zatvoreni krug televizije za *happy few*“ (Baudrillard, 2001: 30). Dakle, televizija služi povezivanju s ostatkom svijeta i dijeljenju zajedničkoga iskustva. No s druge strane, „televizija je slika koja više ne sanja, više ne mašta, ali koja više i nije u bilo kakvoj vezi sa stvarnošću“ (Baudrillard, 2001: 183). Očito je, dakle, da slike koje se prikazuju na televiziji pripadaju hiperrealizacijama koje karakteriziraju doba simulacije.

5.1. Televizija – bijela buka ili nešto više

Naracija romana *Bijela buka* nerijetko se prekida medijskim isječcima. Ne samo to, nego televizijski prijenosi infiltriraju svijest likova, a da oni to, najčešće, niti ne primjećuju (LeClair, 2003: 15). Obitelj Gladney, koju pratimo u DeLillovu romanu, često se okuplja ispred televizijskoga ekrana pa Frow glas

televizije smatra središnjim u njihovu domu (Frow, 2003: 48). Još je smionija tvrdnja Olster koja televiziju smatra osnovnim izvorom autoriteta u romanu (Olster, 2008: 86). Tako se likovi pozivaju na informacije koje su primili putem televizije kao one koje su pravovaljane. Osim toga, televizija ima ulogu pružanja utjehe i povezivanja Gladneyjevih s milijunima drugih gledatelja. Međutim, ona ne samo da služi kao sredstvo informiranja, već i izobličuje informacije (LeClair, 2003: 15). Jedan od likova u *Bijeloj buci* primjećuje: „Čemu služi znanje ako samo lebdi u zraku? Prelazi iz kompjutera u kompjuter. Mijenja se i raste svake sekunde svakoga dana. Ali, nitko zapravo ništa ne zna“ (DeLillo, 2005: 157).

Upravo je takva situacija, u kojoj izostaje oslonac pravih informacija karakteristična za postmodernu razdoblje, kao što je ustvrdio i Lyotard u svojoj knjizi *Postmodernost stanje* (1979). On smatra da „znanje mijenja svoj položaj kada društva ulaze u postindustrijsko doba i kulturu koju nazivamo postmodernom“ (Lyotard, 2005: 1). Ta je promjena uzrokovana potrebom da se i znanje razmjenjuje, štoviše, da se prodaje (Lyotard, 2005: 4). Lyotard također upozorava na propast tzv. velikih priča (Lyotard, 2005: 53), a koji smatra posljedicom razvoja tehnologija jer se „naglasak premjestio s ciljeva djelovanja na njegova sredstva“ (Lyotard, 2005: 54). Tako je u postmodernoj zapadnjačkoj kulturi nemoguće znanje utemeljiti na narativu pa ni informacije koje se primaju preko medija ne pridonose njegovome stvaranju. Conroy televiziju smatra osnovnim izvorom informacija u obitelji Gladney (Conroy, 2003: 154) pa i sami likovi često svoje znanje temelje na informacijama dobivenima preko televizijskoga ekrana: „Znam to iz surferskog filma koji sam gledala“ (DeLillo, 2005: 88).

Neizbježno je, ipak, priznati da se preko televizije mogu saznati mnoge informacije iz gotovo svih dijelova svijeta. Ona čak, ako je vjerovati Frowu, daje informacije o tome kako ćemo živjeti svoje živote (Frow, 2003: 49). Weinstein upozorava da se „većina konverzacije između članova obitelji

Gladney doima kao nadrealna verzija televizijskih kvizova, premazanih iskrivljenim podacima, koji su neutemeljeni, te preplavljenih odbjeglih, beskućničkim činjenicama⁴⁰ (Weinstein, 2003: 141). Ipak, informacije koje nam se nude preko medija nisu nimalo bezazlene: „Te večeri, u petak, okupili smo se pred televizorom kao što je bio običaj i pravilo, s dostavljenom kineskom hranom. Gledali smo poplave, potrese, odrone zemlje, erupcije vulkana (...) Svaka nesreća povećavala je našu želju, htjeli smo više, nešto još veće, grandioznije, nešto što će još jače opustošiti“ (DeLillo, 2005: 71). Vidljivo je, dakle, da javnost ne samo da ne izbjegava takve vijesti, već žudi za njima, kao što je to i Jackova obitelj iskusiła. Objašnjenje za takvu pojavu daje Jackov kolega sa Sveučilišta kada izjavljuje: „Potrebne su nam povremene katastrofe kao predah od neprekidnog bombardiranja informacijama' (...) 'Slijed se zbiva neprestano', rekao je Alfonse. 'Riječi, slike, brojevi, činjenice, grafički prikazi, statistike, točke, valovi, čestice. Samo katastrofa može privući našu pozornost“ (DeLillo, 2005: 73). Televizija, dakle, omogućuje neprestano uključivanje u svijet katastrofa i nesreća koje, s određenom dozom uzbuđenja, pratimo iz udobnosti vlastitoga doma (Weinstein, 2003: 133). U tom je pogledu DeLillo prikazao moderni svijet i medijsko doba.

Osim te uloge televizije da informira, ona ima i vrlo važnu zadaću da potvrđuje svakodnevna iskustva kao posebna. Ona je sredstvo koje obične događaje pretvara u spektakle (Reeve, Kerridge, 1994: 308). Stoga Babettino pojavljivanje na televiziji ima vidljive posljedice jer ju obitelj tada počinje doživljavati drugačije i s više poštovanja (Conroy, 2003: 155): „Bilo je stvarno, bilo je na televiziji (...). Lice na ekranu bilo je Babettino. (...) njezino pojavljivanje na ekranu učinilo je da o njoj razmišljam kao o nekoj udaljenoj spodobi“ (DeLillo, 2005: 113). Tako je Babette uzdignuta iznad svakodnevnoga, uvrštena među nedodirljiva božanstva koja se kreću unutar malih ekrana.

⁴⁰ Vlastiti prijevod

Postavljajući televiziju u središte obiteljskih zbivanja DeLillo prikazuje načine na koje je um suvremenoga čovjeka neprestano okupiran zvukovima i slikama koje s nje dopiru (Bawer, 2003: 25). Slično je i u Batemanovu svijetu u *Američkom psihu*, u kojem se Bateman neprestano referira na televizijske sadržaje. Oni su prisutni u njegovoj svijesti i puno kasnije nakon što ih je primio te svijet često interpretira kroz filmska i slična iskustva. Koliko je velika uloga televizije u zapadnjačkim domovima pokazuje i tvrdnja jednoga od profesora sa Sveučilišta na kojem predaje Jack: „Za većinu ljudi postoje samo dva mjesta na svijetu. Mjesto gdje žive i televizor“ (DeLillo, 2005: 73). Međutim, LeClair upozorava na činjenicu da, kad Jack promisli o televiziji, on dolazi do zaključka kako ona izaziva „strahove i tajne strasti“ (DeLillo, 2005: 93), što je poprilično mračna osuda medija koji je nezamjenjiv u gotovo svakom kućanstvu.

5.1.1. Televizija i ritual

Prema LeClairu, primarni su učinci televizije u Gladneyjevoj obitelji na njezine najmlađe članove (LeClair, 2003: 15) i oni nisu nimalo bezazleni. Kako bi se oni donekle umanjili, Babette zahtijeva da cijela obitelj svakog petka zajedno gleda televiziju: „Te noći, u petak, naručili smo kinesku hranu i zajedno gledali televiziju, nas šestero. Babette je to postavila kao pravilo. Izgleda da je mislila kako će, ako djeca gledaju televiziju jednu večer u tjednu s roditeljima ili skrbnicima, to smanjiti blještavilo medija u njihovim očima i pretvoriti gledanje televizije u potpuno kućni sport. Televizijsko narkotično podrivanje i sablasno bolesna moć ispiranja mozga postupno će se dokinuti“ (DeLillo, 2005: 20). Međutim, Jack nastavlja kako ne misli da je ta Babetina pretpostavka točna, a s njim bi se složili i drugi teoretičari, poput na primjer LeClaira (LeClair, 2003: 15). Osim toga, sam DeLillo u nastavku romana donosi dokaze koji Babetino nastojanje prikazuju uzaludnim.

Babetino stvaranje ovoga običaja gledanja televizije petkom navečer na neki način odgovara određenome obiteljskome ritualu. Ako bi se on tako promatrao,

nesumnjivo se može ustvrditi da televizija, i mediji uopće, počinju zamjenjivati religijske rituale. Kao što je već navedeno, televizija u zapadnjačkoj kulturi počinje funkcionirati kao sredstvo povezivanja zajednice te pružanja utjehe, a to je donedavno bila uloga religijskih obreda. Duvall je također prepoznao tu poveznicu između televizije i ritualnih procesa. Prema njemu se u ranijem, puritanskom razdoblju potvrda tražila od Boga, dok ju s druge strane ljudi suvremenoga svijeta traže u novome mediju, televiziji (Duvall, 2003: 173).

U romanu se javljaju i dvije kontradiktorne situacije sa sporednima likovima koje ocrtavaju različit učinak televizije. Naime, Heinrich se dopisuje s osuđenikom koji je počinio ubojstvo nakon što su mu tako rekli glasovi koje je čuo s televizije: „'Je li čuo glasove?'

'Na televiziji.'

'Koji govore samo njemu? Izdvojeno njemu?'

'Govorili su mu da mora ući u povijest'“ (DeLillo, 2005: 51-52).

Prema tome bi se utjecaj televizije trebao označiti kao negativan i poguban za ljudsku podsvijest. No s druge strane, Jackov učitelj njemačkog oporavio se od teške depresije pomoću meteorologije, za koju mu je primarni izvor bila televizija (LeClair, 2003: 15): „'Onda sam jednoga dana slučajno vidio vremensku prognozu na televiziji (...). To je bilo kao da je poruka odaslana s vremenskog satelita kroz tog mladog čovjeka k meni dok sam sjedio u mom platnenom stolcu. Okrenuo sam se meteorologiji radi utjehe.'“ (DeLillo, 2005: 62). Takav bi pogled na televiziju odgovarao njezinoj ulozi koja graniči s religijskom, a koja je ranije opisana.

Iskustva koja primamo preko televizijskog ekrana zapravo su, prema LeClaireu, anestezirajuća (LeClair, 2003: 15). To bi značilo da slike s ekrana zavode publiku u smislu koji je opisao Baudrillard, a odnosi se na oduzimanje značenja i odmicanje od istine (Baudrillard, 2001: 109). Kritičari *Američkog psiha*, Lentricchia i McAuliffe, također smatraju da televizija i slike koje ga okružuju, Batemana zadržavaju podalje od promišljanja (Lentricchia, McAuliffe, 2003:

61), pridajući time medijima ulogu distraktora od stvarnosti. Prema tome, televizija i drugi mediji put su za stvaranje simulacija koje ne samo da ne odražavaju stvarnost, nego to ni nemaju namjeru činiti.

5.1.2. Televizija i konzumerizam

U anestetizirajućoj ulozi televizije LeClair vidi njezinu poveznicu s konzumerizmom, koji također pruža osjećaj neosjetljivosti na neposrednu okolinu i odsustvo svjesnoga promišljanja. S tim se slaže i Duvall, ali on se zadržava na konzumaciji slika, a ne proizvoda pa tvrdi da u ponašanju obitelji Gladney zapaža tipična obiteljsku „konzumaciju televizijskih slika“⁴¹ (Duvall, 2003: 173).

S druge strane Frow televiziji pripisuje ključnu ulogu u marketingu, što znači da njezina važnost proizlazi u prvom redu iz neposredne povezanosti s proizvodnjom i profitom. Televizija svojim porukama oblikuje potrošačku svijest svoje publike i utječe na potražnju. Time kreira i ljudski identitet, koji se pod utjecajem televizije neprestano iznova oblikuje (Frow, 2003: 44).

Likovi u DeLillovu romanu iskazuju divljenje prema televiziji: „Pogledajte bogatstvo podataka sadržanih u toj mapi, u tom sjajnom pakiranju, glazbeni efekti, reklame s isječcima iz života, proizvodi koji hrle iz mraka, kodirane poruke i beskrajna ponavljanja, kao mantre. *'Coca-cola je to, Coca-cola je to, Coca-cola je to.* Medij nas praktički preplavljuje formulama“ (DeLillo, 2005: 58). Televizija, prema toj izjavi, nudi niz poruka koje su neodvojive od konzumerizma i koje stvaraju obrasce ponašanja, formule koje se usijecaju u ljudsku svijest. Nadalje, Murray se osvrće na činjenicu da u medijima nije ključno to što se prezentira javnosti, nego kako. Odnosno, „Televizija je problem samo ako zaboravite kako gledati i slušati“, rekao je Murray. (...) Ja im govorim da moraju ponovno naučiti gledati poput djece. Izbjegavati sadržaj. Pronaći kodove i poruke“ (DeLillo, 2005: 57). Ta izjava, tvrdi Duvall, potvrđuje

⁴¹ Vlastiti prijevod

da su značenja koja se televizijskim kanalima prenose sadržana u formi, a ne u sadržaju (Duvall, 2003: 174). Stoga ne čudi da Jack shvaća posebnost Eugenea, jednoga od Babbettinih sinova koji živi s ocem, kada izjavljuje: „Dječak raste bez televizije', rekao sam, 'što ga čini vrijednim razgovora, Murray, kao neka vrsta divljeg dječaka, poput urođenika istrgnutog iz zabiti, inteligentan i pismen, ali oslobođen dubljih kodova i poruka“ (DeLillo, 2005: 57). Ono što je zanimljivo u toj izjavi upravo je Jackova referenca na kodove i poruke koje je dječak izbjegao zbog neizloženosti medijima. To bi se moglo shvatiti kao DeLillova potvrda teze o važnosti formi koje se prenose medijima i koje stvaraju veće učinke od samoga sadržaja.

5.2. Televizija i djelovanje na podsvijest

DeLillo čitateljima otvara pogled u prožimanje stvarnih i televizijski posredovanih trenutaka. Međutim, „svijet je toliko zasićen reprezentacijama da postaje sve teže razdvojiti primarne radnje od njihovih imitacija“⁴² (Frow, 2003: 42). Frow ističe da se likovima u romanu neki događaj čini stvarnim upravo zbog činjenice da sliči filmskome iskustvu (Frow, 2003: 42). To je stoga što sve što se nalazi u vidokrugu likova oba romana pokreće sjećanje na nešto što je već posredovano televizijom (Reeve, Kerridge, 1994: 307). Saltzman u skladu s tim ističe kako su reklame „pre-programirale sadržaj i odredište naših asocijacija pa, čak i kada maštamo, imamo tendenciju maštati u smjeru koji određuju mediji“⁴³ (Saltzman, 2003: 199). Stoga se i Jack, u opisu svojega iskustva promatranja djece koja spavaju, referira na televiziju: „Tiho sam se kretao, bosih blijedih nogu, sobama. Pogledom sam tražio prekrivače koje bi valjalo namjestiti, igračke koje bi trebalo maknuti iz toplog dječjeg zagrljaja, osjećaje koji bi me odveli u TV trenutak“ (DeLillo, 2005: 252).

⁴² Vlastiti prijevod

⁴³ Vlastiti prijevod

Međutim, problem s televizijom je taj da ono što prezentira sve više postaje internalizirano (Weinstein, 2003: 139). Duvall se s tom tvrdnjom slaže i ističe da televizija ima golem utjecaj na podsvijest likova, tj. dolazi do „subliminalnog oblikovanja njihove podsvijesti“⁴⁴ (Duvall, 2003: 176). Likovi počinju razmišljati u slikama koje su preuzeli iz medija, što dovodi i do doživljavanja stvarnosti koji odražava medijske prizore. U jednoj je sceni opisan Batemanov doživljaj vlastite okoline u kojemu se može iščitati utjecaj televizijskoga programa: „haluciniram da su zgrade planine, vulkani, da su ulice džungle, nebo se zamrzne u pozadini“ (Ellis, 1999: 94). Stvarnost mu više nije dostatna i on ju počinje zamjenjivati medijskim reprezentacijama. Odnosno, kako i Salyer primjećuje, „reprezentacija je prodrla u stvarnost“⁴⁵ (Salyer, 2003: 40). Likovi na nesvjesnoj razini o svojoj stvarnosti promišljaju u slikama koje su primili preko medija. Stoga nije pretjerano reći da su televizijske reprezentacije počele kreirati stvarnost likova.

⁴⁴ Vlastiti prijevod

⁴⁵ Vlastiti prijevod

6. Reklamna industrija

Jedan je od načina na koji mediji djeluju na podsvijest likova prenošenje različitoga reklamnog sadržaja. Ne samo da reklame dominiraju medijskim prostorom, nego su one, ako je suditi po DeLillo, preuzele važnost nad ostalim informacijama: „U psihičkom smislu šumski požar na TV-u je u podređenom položaju prema spotu od deset sekundi za automatsku perilicu rublja. Reklame posjeduju dublje valove, dublji odsjaj. Ali, mi smo preokrenuli relativno značenje tim stvarima“ (DeLillo, 2005: 74). Tako velik utjecaj reklama na pozornost publike još je snažniji kada se uzme u obzir njihovo djelovanje na ljudsku podsvijest. Maltby također upozorava na činjenicu da je jedno od najistaknutijih obilježja suvremene kulture širenje medijskih i marketinških sfera u tolikoj mjeri da one koloniziraju individualne podsvijesti. To dovodi do stvaranja dojma da se čak i najosobnija iskustva referiraju na reklamni diskurz konzumerističkoga društva (Maltby, 2003: 215).

U *Bijeloj buci* Jack u jednome trenutku čuje kako Steffie govori u snu, što njega prenese u transcendentalno iskustvo:

„Preplavio me osjećaj očajničke pobožnosti. Bio je to osjećaj kozmički po prirodi, pun čežnje i nastojanja da se dosegne nešto nepoznato. (...) Ova su djeca bila kao likovi iz reklame koji crtaju moćni stup svjetla iz nekog prostora izvan novinske stranice. Steffie se promeškola i promrmljala nešto u snu. Činilo se važnim znati što je rekla. (...) Nekoliko trenutaka kasnije ponovno je progovorila. Ovaj puta neke jasne slogove, ne neku uobičajenu nerazumljivost spavača – već jezik koji baš i nije s ovoga svijeta. (...) Promrmljala je dvije jasno razlučive riječi, istovremeno bliske i neshvatljive, riječi koje kao da su posjedovale ritualno značenje, kao da su bile dijelom jezičnog čaranja ili ekstatičnog pjeva. *Toyota Celica*“ (DeLillo, 2005: 163).

DeLillo pažljivo gradi trenutak koji se čini uzvišenim i nadiskustvenim da bi se pokazalo kako je za njegovu pojavu najzaslužnija automobilska reklama. Ipak,

čak i kada Jack shvati da Steffie u snu izgovara naziv marke automobila, on taj trenutak doživljava čudesnim: „Dio buke u mozgu svakog djeteta iz podsvjesnih regija predubokih da bi se istražile. Iz kojeg god izvora, riječi su na mene ostavile dojam trenutka čudesne transcendencije“ (DeLillo, 2005: 164). Te su riječi, naizgled banalne, prodrle u Steffieniu podsvijest, a Frow smatra da one ipak nose određen značaj (Frow, 2003: 46). Navedena scena potvrđuje utjecaj medija na ljudsku podsvijest. Steffie ove riječi izgovara u snu, što simbolički upućuje na djelovanje nesvjesnoga, odnosno, da riječi koje izgovara nisu pod njezinom svjesnom kontrolom.

Zbog tako velikoga utjecaja reklama na ljudsku svijest i podsvijest, Caton ide toliko daleko da tvrdi da „smo ono u što su nas pretvorile reklame“⁴⁶ (Caton, 2003: 113). Potvrdu te tvrdnje pronalazimo i u *Američkom psihi* u kojem Patrick Bateman u ulomku *Jutro* nastupa kao voditelj u televizijskoj reklamama za proizvode za brijanje:

„Prije brijanja uvijek skvasite britvu toplom vodom i brijte se u smjeru rasta dlaka, blago pritišćući. Zaliske i bradu ostavite za kraj, jer su te dlake deblje i treba im dulje da omekšaju. Isperite britvu i stresite suvišnu vodu prije nego što počnete. Poslije lice umijte hladnom vodom kako biste uklonili sve tragove pjene. Najbolji je losion poslije brijanja s vrlo malo ili nimalo alkohola. Kolonjsku vodu nikad ne stavljajte na lice, jer alkohol u njoj isušuje kožu i čini ju starijom. Zatim slijedi antibakterijski losion bez alkohola koji se nanosi s malo vate. I na kraju, hidratantna krema. Poprskajte lice vodom prije nanošenja losiona za umekšavanje kako biste omekšali kožu i zapečatili vlagu. Zatim nanesite *Gel Appaisant*, također proizvod *Pou Hommes* – izvrstan, umirujući losion za lice. Ako vam je put suha i ljušti se – zbog čega se doima sivo i staro – upotrebljavajte losion za čišćenje koji uklanja mrtve stanice i otkriva finu kožu (a usto

⁴⁶ Vlastiti prijevod

potamnjuje ten). Potom nanosite balzam protiv starenja oko očiju (*Baume Des Yeux*) i na kraju 'zaštitni' hidratantni losion“ (Ellis, 1999: 35).

Zamjetan je prijelaz iz pripovjednoga prvoga lica jednine u imperativni način izražavanja, što sugerira da i sam Bateman o sebi u ovakvu trenutku razmišlja s odmakom, tj. kao da se promatra sa strane dok se obraća publici glumeći pred kamerama. Osim toga, valja zamijetiti kako Bateman ne govori samo o funkcionalnoj strani proizvoda, nego njegovo izlaganje ima i jednu od karakteristika reklama novoga doba, a to je da one „šire vrijednosti i viziju koje stavljaju naglasak na spektakularno, emociju, drugi stupanj, na označitelje u svakom smislu, a koji nadilaze objektivnu realnost proizvoda“ (Lipovetsky, 2008: 28). Tako Bateman od uobičajenoga jutarnjeg brijanja stvara predstavu, a iz postupka koji opisuje može se iščitati i niz društvenih kodova poput potrebe za pomlađivanjem kože ili njezinim tamnjenjem.

Sličnu scenu imamo i kasnije u romanu, kada Bateman eksplicitno razmišlja o glumi u televizijskoj reklami, referirajući se na sam postupak snimanja:

„Zamišljam sebe na televiziji, u reklami za novi proizvod – vino s voćnim sokom? losion za sunčanje? žvakaću gumu bez šećera? – i hodam plažom, u crnobijeloj tehnici, film je namjerno izgreban, u pozadini sablasna neodređena pop glazba sredine šezdesetih, odjekuje, zvuči kao da dolazi iz orgulja na paru. Sad gledam u kameru, u ruci držim proizvod – novi gel? tenisice? – kosa mi je razbarušena od vjetra, a onda je dan pa noć pa opet dan pa noć“ (Ellis, 1999: 371).

U ovome ulomku uočava se zamišljanje samoga postupka snimanja reklame, ali je prodor reklamne industrije u svijest likova vidljiv i u formulaičnome načinu njihova izražavanja u opisu vlastitih iskustava. Tako u poglavlju *Objed* Batemanov poznanik Armstrong opisuje svoje ljetovanje na Bahamima:

„Turistima koji ovog ljeta žele naći savršeno ljetovalište može se toplo preporučiti da pogled usmjere na jug, sve do Bahama i Kariba. Ima

najmanje pet dobrih razloga za odlazak na Karibe, a to su klima, festivali i zbivanja, ne tako pretrpani hoteli i atrakcije, cijene i jedinstvena kultura. I dok mnogi odlaze iz gradova u potragu za hladnijom klimom tijekom ljetnih mjeseci, malo tko zna da je na Karibima cijele godine 20 do 25 stupnjeva Celzija i da otoke stalno hlade sezonski vjetrovi..." (Ellis, 1999: 144).

Armstrongovo recitiranje podsjeća na reklamne brošure koje promoviraju turistička mjesta (Weinreich, 2004: 69). Tomu je tako stoga što je njegov govor reduciran na nabranje kvaliteta toga mjesta, bez unošenja osobnoga doživljaja. Međutim, slično kopiranje brošura uočavamo i kod Batemana koji često citira gastronomske vodiče: „Časopis *New York* nazvao je to 'maštovitim ali zagonetnim jelcem' i ja to ponovim Patriciji" (Ellis, 1999: 86). Kao i sljedeći primjer: „Zastanem, a onda, nastojim se sjetiti rečenice iz prikaza koji sam vidio u časopisu *New York*" (Ellis, 1999: 106).

Iz navedenoga se može primijetiti da likovima u ovim dvama romanima nedostaje autentičnoga doživljavanja. Oni se u opisima svojih iskustava referiraju na različite proizvode svoje kulture, od reklamnih letaka, videa pa sve do bilo kakvih slika posredovanih medijima. To znači da je sve što izgovore reciklaža diskursa naše kulture (Eldridge, 2008: 27) pa zato djeluje kao da preslikavaju govor medija. Sve to utječe na stvaranje dojma kako obitelj Gladney, a ni sam Bateman, nemaju svoj vlastiti identitet koji bi ih izdvajao iz mnoštva. Naime, njihovi se identiteti sastoje od svega što konzumiraju iz svoje kulture (Eldridge, 2008: 27), kao što se dokazuje primjerima reproduciranja tih proizvoda. I Ellis i DeLillo u svoje romane uključuju forme reklama u tolikoj količini da, kao što to primjećuje i Jameson, granica između visoke umjetnosti i reklama postaje sve teže razlučivom (Jameson, 1983: 112).

6.1. Kulturni kod

Hirschman i Thompson teoriju o reklamama u masovnim medijima povezuju s pojmom kulturnoga koda (Hirschman, Thompson, 1997: 45). Prema njima, ljudi se od ranoga djetinjstva socijaliziraju preko saznanja o tome koja su specifična značenja koja nosi određeni proizvod (Hirschman, Thompson, 1997: 45). To dovodi do toga da usvajaju kulturni kod koji im „omogućuje zajedničko razumijevanje načina na koji treba čitati simbolična značenja sadržana u slikama masovnih medija“ (Hirschman, Thompson, 1997: 45). Te se asocijacije i informacije kulturološki dijele i zajedničke su i proizvođačima i potrošačima te omogućuju potrošačima stvaranje određenih interpretacija pojedinih proizvoda (Hirschman, Thompson, 1997: 45). Tako Bateman redovito u svojim susretima s ostalim likovima donosi iscrpne prikaze odjeće koju oni nose. Zapravo, unatoč detaljnosti tih opisa, čitatelj ne dobiva jasnu sliku lika zbog toga što se Bateman referira samo na modne brendove:

„Evelyn i ja smo kudikamo najbolje odjeven par. Ja imam kaput od runske vune, vuneni sako i hlače od vunenog flanela, pamučnu košulju, kašmirski pulover s V-izrezom i svilenu kravatu, sve *Armani*. Evelyn je odjenula pamučnu bluzu *Dolce & Gabbana*, antilop cipele *Yves Saint Laurent*, kožnatu suknju sa zakovicama *Adrienne Landau* i antilopski pojas *Jill Stuart*, čarape *Calvin Klein*, naušnice od venecijanskog stakla *Frances Patiky Stein*, a u ruci drži bijelu ružu“ (Ellis, 1999: 149).

Unatoč nedostatku cjelovite slike izgleda lika, ono što ovakav opis prenosi je određen statusni položaj. Stoga činjenica da navođenje marki odjeće same ljude u opisu čini nevidljivima (Murphet, 2002: 28) nije toliko važna za razumijevanje ovakvih scena. Za interpretaciju je dovoljna činjenica da nazivi modnih brendova postaju stabilnijim i prepoznatljivijim likovima u romanu od onih koji ih nose (Murphet, 2002: 27), a za to su zaslužne upravo reklame. Slično je i s brojnim tehnološkim proizvodima koje Bateman kupuje, poput onih navedenih u

poglavlju *Štakor*: „Sredinom listopada isporučite mi sljedeće: Audio prijemnik, Pioneer VSX-9300S s integriranim Dolbyjevim *Prologic Surround Sound* procesorom s digitalnim odgađanjem, infracrvenim daljinskim upravljačem koji pokriva 154 frekvencije preko daljinskog bilo koje tvrtke i proizvodi 125 vata za prednje zvučnike te 30 za stražnje. Analogni kasetofon Akai X-950B...” (Ellis, 1999: 308). Iako čitatelju podatci koji kao da su prepisani iz prodajnog kataloga za te uređaje ne znače mnogo, ono što se iz ovih opisa iščitava određeni su društveni kodovi poput statusnoga položaja kupca, u ovom slučaju Batemana, njegova financijskoga stanja i slično, a sve to zapravo nema poveznicu s funkcionalnom stranom tih uređaja. Mogućnost da se takvi opisi u *Američkom psihu* interpretiraju na ovaj način upućuje na kulturni kod i činjenicu da pojedinac nema subjektivno iskustvo konzumacije, tj. potrošači se oslanjaju na kulturni kod koji je ugrađen u medijsku sliku proizvoda (Hirschman, Thompson, 1997: 58).

7. Film

Blisko je reklamama i filmsko stvaralaštvo. Ono se također temelji na slikama i pripada zabavnoj industriji, a film je i jedan od medija preko kojega se kreiraju reprezentacije bez stvarnoga uporišta, tj. simulacije. Donovan smatra da je suvremeni svijet sveden na filmske slike koje su izmijenile našu sposobnost konceptualizacije (Donovan, 2005: 30). To znači da je gotovo svako stvarno iskustvo prethodno obrađeno u formi filma. Ti su filmovi utjecali na doživljaj svijeta pa se počinje gubiti granica između filma i stvarnosti. DeLillo i Ellis u svojim romanima prikazuju kako film ne samo da utječe na poimanje svijeta koji ljude okružuje, već su počeli i zamišljati same sebe u filmskome okruženju. To jest, likovi u navedenim romanima nerijetko se ponašaju kao glumci u vlastitim filmovima. Osim toga, Ellis se u svojem romanu koristi i nekim mehanizmima koji pripadaju filmskoj umjetnosti pa je utjecaj filma prenesen i na formalnu razinu. Jedno je od najuočljivijih filmskih sredstava u *Američkom psihi* rez, odnosno *jump cut*, koji se često javlja u prizorima koje Ellis opisuje, poput ovoga: „Courtney se ispriča i ode u zahod, a kad se ne vrati ni nakon pola sata, odem u stražnji dio restorana i nađem je kako spava u garderobi. Ali u njezinom stanu leži gola na leđima, njezine noge – preplanule, izvježbane i mišićave – su raširene“ (Ellis, 1999: 108). Takav prizor, koji se bez zaključka prethodne i uvoda u novu, direktno prebacuje na sljedeću scenu odražava i samo stanje Batemanovih misli koje su grozničave i donekle shizofrene.

Osim toga formalnog referiranja na filmsko stvaralaštvo, u Ellisovu se romanu često primjećuje Batemanovo uspoređivanje svojega iskustva s filmom. Stoga već u prvome poglavlju *Američkog psiha* pripovjedač koristi pojmove poput spuštanja kamere (Ellis, 1999: 13), promjene kadra (Ellis, 1999: 13), sporoga pretapanja (Ellis, 1999: 16), reza (Ellis, 1999: 19) i pretapanja (Ellis, 1999: 32). Na taj način i sam autor sugerira da su likovi u romanu svjesni filmske pozadine svojih iskustava, tj. da u onome što doživljavaju pronalaze reference na film. No to u nedoumicu dovodi čitatelja koji više nije siguran jesu li događaji koji će se

u romanu nastaviti opisivati stvarni ili ih Bateman samo zamišlja kao filmove koji se odvijaju u njegovoj glavi. Tu nedoumicu autor podržava i s nekoliko Batemanovih izjava poput: „Tako sam se naviknuo zamišljati da se sve događa onako kako se događa na filmu, zamišljati kako se događaji oblikuju u filmske prizore da gotovo mogu čuti zanosnu glazbu, kameru kako se spušta i vrti oko nas“ (Ellis, 1999: 269) ili „Olabavljujem kravatu koju još imam na sebi krvavom rukom, duboko dišući. Ovo je moja stvarnost. Sve izvan toga je kao neki film koji sam nekoć gledao“ (Ellis, 1999: 347).

Zbog tih pojmova iz filmskoga žanra, može se reći da Ellis nastoji prenijeti jedan medij u drugi, tj. film u tekst (Roche, 2009: 128). No on se ne zaustavlja samo na tome, već u potpunosti prekoračuje granicu koja dijeli ta dva medija, čime istovremeno dokida razliku između filmske reprodukcije i stvarnosti.

Weinreich smatra da je ključan trenutak u kojem dolazi do urušavanja granice između filmske slike i stvarnosti onaj u kojem Bateman preuzima ulogu snimatelja (Weinreich, 2004: 73). U drugome poglavlju pod nazivom *Djevojke* Bateman pali kameru i postaje redatelj svoje stvarnosti: „Ponovno joj stavim ogrtač od devine dlake preko glave za slučaj da se probudi i počne vrištati, pa uključim *Sonyjevu* džepnu videokameru kako bih snimio sve što slijedi“ (Ellis, 1999: 251). Snimanje zatim ponavlja i kasnije: „U srijedu navečer još jedna djevojka koju sam sreo u *M. K.*-u i koju namjeravam mučiti i snimati“ (Ellis, 1999: 329). Na taj način reproducirana stvarnost (film i iskustvo gledanja filmova) intruzivno ulazi u pravu stvarnost koja se odvija pred Batemanovim očima. Stoga Bateman, dok na svojim žrtvama reproducira scene iz filmova, fikciju prebacuje u stvarnost. Primjer je toga scena iz filma koji Bateman često posuđuje: „U *Dubleru* mi se najviše sviđa kad ženu... dokrajči... električnom bušilicom', kažem“ (Ellis, 1999: 120) i koju on rekreira na jednoj od djevojaka koje dovodi u stan: „Pokušam je obraditi električnom bušilicom, gurnuti joj je u usta, ali još je pri svijesti“ (Ellis, 1999: 330).

Međutim, dok istovremeno snima djevojke koje muči, on ponovno stvarnost transponira u fikciju, kako bi snimku mogao gledati kasnije u budućnosti (Weinreich, 2004: 74). Takav odnos fikcije i stvarnosti dovodi do zamagljenosti granice među njima pa ni sami likovi nisu sigurni u to je li nešto stvarno ili ne, a samim time i čitatelj gubi svoje uporište. Osim toga, u romanu nalazimo i potvrdu toga da film utječe na podsvijest likova pa Bateman izjavljuje: „Noćas sam sanjao snove koji su bili osvijetljeni poput pornića“ (Ellis, 1999: 204). Ta rečenica pokazuje da iskustvo gledanja filmova utječe na Patricka u tolikoj mjeri da čak i njegovi snovi odražavaju slike koje je vidio u filmovima.

No, ne ponaša se samo Bateman kao lik u filmu, isto čine i njegove žrtve (Lentricchia, McAuliffe, 2003: 65) i time djeluju na Batemanovu nesigurnost oko istinitosti njegovih doživljaja: „Kao da se ovaj film ubrzao, ona se odmah nasmije“ (Ellis, 1999: 375) ili „Kao isječak iz horor filma – nagli zoom – pojavi se Luis Carruthers“ (Ellis, 1999: 295). Ni sam Bateman ne može razlučiti svoju stvarnost od filmskih reprodukcija: „Taj sam izraz već vidio na nečijem licu. Je li to bilo u nekom klubu? Na licu žrtve? U nekom filmu?“ (Ellis, 1999: 369).

Reference na film puno su suptilnije u DeLillovu romanu, ali ni ondje one ne izostaju. Olster uočava da se osobito u sceni bliske zrakoplovne nesreće može zamijetiti kako je film utjecao na stvaranje formulaičnih obrazaca u ljudskoj svijesti (Olster, 2008: 85). Putnici koji su sišli s aviona u umu posjeduju niz filmskih isječaka koji prikazuju avionske nesreće i koji im pomažu u opisu vlastitoga iskustva (Olster, 2008: 85). Kada čitamo DeLillov opis doživljaja putnika, gotovo je nemoguće izbjeći poveznicu s nekim od nebrojenih filmova koji opisuju takve scene:

„U padajućem avionu stjuardesa je puzala prostorom između sjedala preko tijela i krhotina govoreći ljudima da skinu cipele, izvade oštre predmete iz svojih džepova, zauzmu položaj fetusa. Na drugom kraju aviona netko se hrvao s pomagalom za plutanje (...) putnici iz prvog razreda počeli su se probijati na sve četiri kroz zavjese, doslovno se

penjući noktima u turističke razrede da ne bi bili prvi koji će udariti zemlju. Bilo je onih u turističkom razredu koji su mislili da bi ih trebalo natjerati da se vrate. Taj osjećaj nije bio iskazan toliko riječima i akcijom koliko strašnim i neartikuliranim zvukovima...” (DeLillo, 2005: 99-100).

Takvi nam prizori u ovima romanima dokazuju da su reprezentacije preuzele dominaciju nad ljudskim doživljavanjem svijeta. Gotovo je nemoguće iskazati neko iskustvo bez pozivanja na slike koje su primljene preko medija. No još važnije od toga, te su reprezentacije stvorile određene koncepte u ljudskim umovima koje usmjeravaju naša iskustva i zamišljanja u smjeru simulacija.

7.1. Voajerski pogled i skopofilija

Ellis neprestano iznevjerava horizont očekivanja čitatelja *Američkog psiha* upotrebom dugih i zamornih ulomaka u kojima se ne događa ništa. Zato se, smatra Messier, kod čitatelja javlja želja za time da se nešto dogodi, a jedino do čega dolazi su nasilje i seks (Messier, 2004: 85), koji gotovo da su jedini oblici radnje ovoga romana. No ti sadržaji u čitatelju izazivaju pojavu skopofilije, a taj se pojam odnosi na zadovoljstvo koje proizlazi iz promatranja druge osobe koju se koristi kao objekt seksualne simulacije (Mulvey, 1999: 836-837). Skopofilijski pogled, smatra Messier, uočava se u prizorima koji podsjećaju na isječke iz filmova strave ili pornografskih filmova, ali i u Batemanovoj upotrebi kamere da bi snimio nasilje koje čini (Messier, 2004: 85): „Lijeno se pitam bi li Evelyn vodila ljubav s drugom ženom kad bih je doveo k njoj i bi li mi one, kad bih inzistirao, dopustile da ih gledam. Bi li mi dopustile da budem redatelj, kažem im što da rade, namještam ih pod vrućim halogenskim svjetlom“ (Ellis, 1999: 127). U ovome prizoru vidimo Batemanovo izravno iskazivanje želje za skopofilijskim pogledom. On izražava želju za gledanjem seksualnoga čina sa strane ili kroz objektiv kamere, bez izravnoga sudjelovanja. Upravo su mediji omogućili razvoj skopofilije jer se sada može posredno promatrati neki događaj,

preko televizijskoga ekrana ili objektiva kamere. Voajerizam se više ne zadržava u privatnosti nego postaje javni fenomen pa se širi i pornografska industrija. Bateman u nekoliko navrata u romanu odlazi posuditi video kazete s pornografskim filmovima koje zatim gleda u svojem stanu, ali ih i odlučuje rekreirati u stvarnosti.

Nešto slično Ellisovoj upotrebi skopofilije i Batemanovom voajerizmu pronalazi se i u *Bijeloj buci*. U tome romanu Jack i Babette postižu seksualno uzbuđenje čitajući ulomke erotskih romana ili pisma čitatelja u časopisima:

„Obukao sam kućni ogrtač i spustio se u blagovaonicu i Heinrichovu sobu ne bih li pronašao kakav žuti časopis iz kojeg bi Babette mogla čitati, jedan od onih koji objavljuje pisma čitatelja s detaljima njihovih seksualnih iskustava. (...) U takvim pismima na djelu je dvostruka fantazija. Ljudi ispisuju zamišljene dogodovštine i onda ih ugledaju objavljene u časopisu koji se prodaje u cijeloj državi. Postoji li uzbudljiviji podražaj?“ (DeLillo, 2005: 35).

Iako u ovome slučaju nije na djelu promatranje filmskih slika, već čitanje teksta, i ovdje se radi o skopofiliji. Tako Jack i Babette na neki način promatraju druge osobe dok čitaju o njima i u tome nalaze zadovoljstvo. Oni također postaju voajeri koji iskustva drugih ljudi koriste kao seksualnu simulaciju. U tome smislu mediji pomažu u posredovanju tih iskustava širokim masama čime simulirana iskustva postaju temelj za ona stvarna. Mediji također dovode do širenja skopofilijskih sklonosti jer se ljudska nagost i seksualnost počinju prezentirati svakodnevno, kao dio medijskih slika koje su dio zapadnjačke kulture.

8. Konzumerizam

Malkmes smatra da su „materijalizam, konzumerizam, statusni simboli i sveprisutno reklamiranje središnji aspekti zapadnjačke kulture i našega postmodernog života“⁴⁷ (Malkmes, 2011: 1). Prema njemu je upravo osamdesetih godina prošloga stoljeća došlo do promjene u američkoj kulturi koja je dovela do masovnog konzumerizma. Ta je promjena u društvenim odnosima uzrokovala uspostavljanje potrošačkih proizvoda kao krajnjih ciljeva, dok su oni do tada predstavljali način na koji su se postizali ciljevi (Malkmes, 2011: 5). Ni Lipovetsky nema optimističnije viđenje suvremene kulture pa ističe da je „snažna dinamika komercijalizacije pretvorila trgovačku potrošnju u stil života, u masovni san, u novi razlog življenja. Potrošačko je društvo naveliko stvorilo kroničnu želju za tržišnim dobrima, virus kupnje, strast za novim, način života usredotočen na materijalističke vrijednosti“ (Lipovetsky, 2008: 21). On upozorava da je ovakav tip konzumerizma obilježen žudnjom za uvijek novim i drugačijim: „kupac, dakako, vrednuje funkcionalnu vrijednost proizvoda, ali on istodobno traži nova zadovoljstva, osjetilna ili estetska, komunikacijska ili ludička iskustva“ (Lipovetsky, 2008: 42). Suvremeni su potrošači uvijek nezadovoljeni i teže za novim proizvodima, koji također ne uspijevaju zadovoljiti njihovu potrošačku želju.

Baudrillardovo viđenje današnje potrošačke kulture uzima u obzir promjenu koja se dogodila u prirodi znaka: „danas potrošnja – ako ta riječ ima neko značenje izuzev onoga koje mu podaruje vulgarna ekonomija – određuje upravo stupanj na kojemu se roba neposredno proizvodi kao znak, kao vrijednost/znak, a znakovi (kultura) kao roba“ (Baudrillard, 2001: 8). Prema tome bi se konzumerizam odnosio na razmjenu znakova koji cirkuliraju u našoj kulturi. Ti znakovi posreduju se medijima i stvaraju kulturu zasićenu potrošačkim težnjama. Konzumerizam je u takvoj kulturi način potvrđivanja sebe kao

⁴⁷ Vlastiti prijevod

njezinoga dijela pa ljudi posežu za kupovanjem i potrošnjom kako bi se iskazali kao dio kolektiva.

8.1. Konzumeristička kultura u *Bijeloj buci*

Barrett izjavljuje da se u romanu *Bijela buka* opisuje svijet u kojem je „individualnost zamijenjena medijskim uzorima, a Bog je zamijenjen bankomatima“⁴⁸ (Barrett, 2001-2002: 101). Potvrda toga može se pronaći u riječima Jacka Gladneyja koji, nakon što provjeri stanje svojega računa, izjavljuje: „Sistem je blagoslovio moj život“ (DeLillo, 2005: 53). U njegovu je životu potrošnja jedan od osnovnih načina provođenja slobodnoga vremena pa se obitelj Gladney nerijetko upućuje u zajedničku kupovinu. Stoga bankovna potvrda njegove financijske stabilnosti označava više od same provjere stanja računa, ona ga potvrđuje kao potrošača i osobu. Jack osjeća da iza bankomata postoji cijeli sustav potrošnje i proizvodnje na koji on ne može utjecati, ali koji utječe na njega pa se osjeća blagoslovljeno od tog velikog i misterioznog mehanizma kada utvrdi da je njegov status potrošača stabilan.

No i sam početak DeLillova romana uvodi nas u zapadnjačku konzumerističku kulturu. DeLillo započinje roman prikazom povratka studenata na kampus na kojem Jack radi. Studenti dolaze automobilima krcatima konzumerističkim proizvodima koje autor savjesno nabraja:

„Kad su karavani konačno usporili do puževe brzine i zaustavili se, iz njih su izletjeli studenti i utrkujući se pojurili prema automobilskim stražnjim vratima ne bi li što prije iskrcali sve ono što se krilo unutra: stereo uređaje, radio prijemnike, osobna računala, prenosive hladnjake, sklopive stolove, kartonske kutije s gramofonskim pločama i kasetama, sušila i učvršćivače za kosu, teniske reketi i nogometne lopte, palice za hokej i lacrosse, lukove i strijele, sredstva za zaštitu – pilule protiv začeca i druge spravice, brzu hranu još uvijek u

⁴⁸ Vlastiti prijevod

trgovinskim vrećicama – čips s okusom luka i češnjaka, tanke čokoladice, kikiriki maslac, vafle i Kaboom kekse, voćne žvakalice, kokice raznih okusa, Dum-dum i Mystic mint bombone“ (DeLillo, 2005: 7).

Ono što Lentricchia uznemiruje u ovome opisu je „the innocent little definite article“ (Lentricchia, 2003: 80) koji se javlja u originalu romana na engleskome jeziku. To jest, Jack u ovome opisu nabraja predmete koje su studenti sa sobom donijeli i koristi se određenim članom, čime sugerira da se poziva na dobro poznate predmete, one koji su sastavni dio masovne kulture (Lentricchia, 2003: 80). To referiranje na točno određene brendove i proizvode stvara poveznicu s tipičnim iskustvom i društvenim životom (Lentricchia, 2003: 89), što primjećuje i sam Jack: „To okupljanje automobila karavana poručuje roditeljima, više od bilo čega što bi mogli činiti kroz godinu, više i od zajedničkih odlazaka u crkvu ili zakona, kako pripadaju skupini istomišljenika povezanih duhovnim srodstvom, da su ljudi, da su narod“ (DeLillo, 2005: 8). Dakle, konzumerističko iskustvo služi povezivanju ljudi u kolektiv i to na način koji odgovara prijašnjim religijskim iskustvima, a to je ono na što je upozorio i Barrett u citatu s početka ovoga poglavlja.

Baudrillardovoj teoriji o potrošnji kao razmjeni kodova (Baudrillard, 2001: 8) odgovaraju umetnuti popisi od tri konzumeristička proizvoda koji se povremeno javljaju u naraciji Jacka Gladneyja, poput: „MasterCard, Visa, American Express“ (DeLillo, 2005: 109) ili „Krylon, Rust-Oleum, Red Devil“ (DeLillo, 2005: 168). Radi se o nereferencijalnim nazivima koji nas upućuju na kulturu u kojoj ni roba ni znak više nemaju svoja specifična određenja. Takvi Jackovi popisi prekidaju njegovu naraciju, ali ostaje nejasno je li ih on svjestan ili ne. Prema tome bi se moglo zaključiti da konzumacija u ovom romanu ne djeluje uvijek na svjesnoj razini. To jest, likovi se ne mogu oduprijeti prodoru koji mediji i ostali okolinski čimbenici čine u njihovu intimu (Phillips, 2003: 123).

8.1.1. Supermarket

DeLillov roman sugerira da opsesivni konzumerizam, koji je sastavni dio američke kulture, preoblikuje svijest pojedinca. Stoga se velik dio radnje romana odvija upravo u supermarketu ili ispred televizijskoga ekrana, što označava dva temeljna mjesta zapadnjačke konzumerističke kulture kojom dominiraju masovni mediji. Supermarket je središte gradića u kojemu živi obitelj Gladney, ali je i simbol američkoga konzumerističkog društva (LeClair, 2003: 6).

Gladneyjevi redovito odlaze u zajedničku kupovinu u kojoj se susreću s drugim ljudima s kojima dijele iskustvo potrošača. Konzumerizam Jacku donosi zadovoljstvo pa on izjavljuje:

„Činilo mi se da smo Babette i ja, mnoštvom i različitosti naše kupovine, čistim obiljem koje su nagovještavale te prepune vrećice, težinom, veličinom i brojem, poznatim oblicima ambalaže i živahnim natpisima, većim količinama, povoljnim obiteljskim pakiranjima s naljepnicama na kojima piše 'akcijska prodaja', u smislu nadopunjavanja koje donosi osjećaj da ste dobrostojeći, sigurnošću i zadovoljštinom koje su ti proizvodi unosili u neki udoban dom u našim dušama – činilo se da smo postigli punoću postojanja nepoznatu ljudima koji trebaju manje“ (DeLillo, 2005: 24).

Cantor smatra kako supermarket predstavlja minikozmos postmoderne kulture jer je na tome prostoru moguće dobiti bilo koji proizvod, bez obzira na njegovu egzotičnost (Cantor, 2003: 55). No Murray primjećuje kako je supermarket zatrpan ne samo proizvodima, već i porukama: „'Ovo mjesto nas duhovno obnavlja (...) Pogledaj kako je živopisno. Sve je puno stvarnih oblika (...) Sve je skriveno u simbolizmu, zakrito velovima tajnovitosti i naslagama kulturnog materijala'“ (DeLillo, 2005: 43). Dakle, u supermarketu koji oslikava DeLillo na simboličkoj se razini prikazuje kako konzumerizam upravlja egzistencijom ljudi. U njemu se uočavaju proizvodi koji odražavaju potrebe suvremene zapadnjačke kulture pa se osim proizvoda, u supermarketu mogu

uočiti i različiti kulturni kodovi. Osim proizvoda koji brinu o potrebama tijela, u nudi se i zadovoljenje potreba duha, kao što sugerira Murrayeva izjava (Conroy, 2003: 166), a što upućuje na Phillipsovu poveznicu između toga prostora i pastoralnoga. Naime, Phillips smatra da upravo supermarket u suvremenome društvu preuzima funkciju reda i značenja koja se prije pripisivala religijskim prostorima (Phillips, 2003: 125). U njemu se sada traži povezanost s drugim ljudima i iz supermarketa se iščitavaju kulturalne i društvene poruke.

No treba istaknuti kako DeLillo prikazuje čin kupovanja ne samo zbog zadovoljena određenih potreba, već i radi kupovine same, a što upućuje na Jamesonovo objašnjenje nove vrste konzumerizma (Jameson, 1991: 275). Tako se u Jacku u jednome trenutku budi želja za kupovinom: „Taj susret je probudio u meni raspoloženje za kupovanje. (...) Moja obitelj bila je ushićena zbivanjem. Napokon sam bio jedan od njih, osoba koja kupuje. (...) Kupovao sam u lakoumnom zanosu. Kupovao sam za trenutne potrebe i dugotrajne zalihe. Kupovao sam radi kupovanja“ (DeLillo, 2005: 91-92).

Međutim, supermarket nije nimalo bezopasno mjesto. To nam DeLillo sugerira prikazom sudbine brate i sestre Treadwell. Njih su dvoje ostali zaključani u jednome trgovačkom centru nekoliko dana:

„stigla je vijest da su Treadwellovi pronađeni živi i prestravljeni u maloj napuštenoj daščari kraj Mid-Village Malla, golemog trgovačkog centra daleko na međudržavnom zemljištu. Navodno su dva dana tumarali Centrom, izgubljeni, zbunjeni i uplašeni (...). Vjerojatno je golemost i otuđenost samog mjesta uz pomoć poodmaklih godina u njima pobudila osjećaj bespomoćnosti i izgubljenosti u krajoliku udaljenih i prijetećih obrisa“ (DeLillo, 2005: 66).

Negostoljubivost prostora trgovine naglašena je smrću Treadwellove sestre koja je umrla od posljedica pretrpljenoga šoka: „Umrkla je sestra gospodina Treadwella. Zvala se Gladys. Liječnik je rekao da je umrla od rastuće

prestravljenosti kao posljedice ona četiri dana i noći koje su oboje proveli u trgovačkom centru Mid-Village, izgubljeni i zbunjeni“ (DeLillo, 2005: 108).

Osim toga, pri kraju romana kupci u supermarketu dožive panični napadaj kada otkriju da su proizvodi na policama ispremještani:

„Razmjestili su police u samoposluživanju. To se dogodilo jednog dana bez ikakva upozorenja. Među redovima polica vladala je borba za prevagom i panika, malodušnost se očitavala na licima starijih kupaca. Hodali su u djelomičnom transu, zaustavljali se i ponovno kretali, gomila dobro odjevenih spodoba zaleđenih u redovima polica, nastojeći raskrinkati obrazac, razaznati povezu logiku“ (DeLillo, 2005: 335).

Ovaj prizor otkriva, smatra Wilcox, da se likovi u romanu nalaze u simulakrumu, gdje neprestano dolazi do izmjene znakova i „reorganizacije kognitivnih svjetova potrošača“⁴⁹ (Wilcox, 1991: 361). Takav je svijet podložan promjenama, a one dovode do zbunjenosti ljudi pa se oni počinju gubiti u vlastitome svijetu. Stoga i na likove u romanu ova promjena djeluje izrazito uznemirujuće pa izmjene do kojih dolazi u supermarketu moraju stvoriti izmjenu u njihovim mentalnim konceptima kako bi joj se mogli prilagoditi. U tu svrhu ti ljudi tragaju za 'novom logikom' koja je dovela do reorganizacije proizvoda na policama kako bi se što prije prilagodili izmjeni.

8.2. Kritika masovnog konzumerizma u *Američkom psihi*

Lipovetsky upozorava da se danas „više ne prodaje proizvod, nego neka vizija, koncept, životni stil pridružen marki: odsad je izgradnja identiteta marke u samom središtu rada komunikacije poduzeća“ (Lipovetsky, 2008: 28). Ta bi se izjava mogla primijeniti na svijet koji Ellis opisuje u *Američkom psihi*. U tome je romanu prednost nad opisom ljudskih osobina dana modnim markama pa tako u opisu likova nailazimo na nabranje brojnih poznatih brendova, kao što je već

⁴⁹ Vlastiti prijevod

objašnjeno ranije u radu. Dakle, identitet marke toliko dominira zapadnjačkom kulturom da postaje važniji i od samoga karaktera pojedinca. Murphet taj postupak opisa odjeće naziva reifikacijom, tj. on smatra da tako dolazi do prijenosa odnosa između ljudi na odnose među stvarima (Murphet, 2002: 37). Ljudi postaju pozadina odnosa koji se izgrađuje između proizvoda pa se pojedinac može identificirati samo preko predmeta koje konzumira. To dovodi do toga da proizvodi u konačnici zamjenjuju svaku naznaku osjećaja (Murphet, 2002: 39) i postaju jedini način iskazivanja sebe i povezivanja s drugima u konzumerističkoj kulturi. Činjenica da se u Batemanovim opisima ne mogu prepoznati opipljivi predmeti jer se on referira isključivo na imena brendova povezuje ga s Baudrillardovom tezom o referentu koji je izgubio konkretnu stvarnost i prometnuo se u znak (Baudrillard, 2001: 17-18). Na taj način likovi djeluju međusobno zamjenjivima, a time i kao simulakri, slike koje nemaju referent (Weinreich, 2004: 71).

Ellis nadalje potvrđuje i izjavu Lipovetskog: „nadmašiti druge, pribaviti 'poštovanje i zavist bližnjih', to su temeljni motivi koji navode na stjecanje raskošnih dobara“ (Lipovetsky, 2008: 203). Tako je u romanu opisana scena u kojoj Bateman i njegovi prijatelji uspoređuju svoje posjetnice, nadmećući se čija je bolja: „Uzmem Montgomeryjevu posjetnicu i ne mogu odoljeti, pipkam je jer je ugodna pod prstima. 'Lijepo, ha?' Po Priceovom glasu shvaćam da zna kako sam ljubomoran. 'Aha', kažem nehajno i vratim mu posjetnicu kao da mi se živo fućka, ali u grlu mi je knedla“ (Ellis, 1999: 53). To je samo jedna od brojnih scena u romanu u kojima se Bateman uspoređuje s ljudima iz svoje okoline, ne bi li si dokazao da posjeduje više od njih. a time i da više vrijedi. No, Batemanovo konzumerističko ponašanje u suprotnosti je s Lipovetskyjevom tvrdnjom da se „elitistički užici nisu izgubili, oni su restrukturirani subjektivnom logikom novog individualizma koji stvara zadovoljstva više radi sebe nego radi divljenja i poštovanja drugih“ (Lipovetsky, 2008: 29). Ta tvrdnja prema kojoj se u konzumerizmu nastoji postići osobni užitek ne odgovara Batemanovu

ponašanju. On kupuje kako bi izazvao divljenje drugih, kao što se na primjer može vidjeti u sljedećemu prizoru:

„a onda Anne upita jesmo li bili na nedavnoj izložbi Davida Onice i ja se malo smirim. Pokaže se da nismo bili na izložbi, ali ne želim biti tako neukusan da istaknem kako imam jednu njegovu sliku, pa blago gurnem Courtney ispod stola. To je razbudi iz litijske letargije, pa poput robota izrecitira: 'Patrick ima jednog Onicu. Stvarno ga ima.' Zadovoljno se nasmiješim; pijuckam svoj J&B“ (Ellis, 1999: 105-106).

U ovome je prizoru Batemanov cilj izazvati divljenje svoje okoline proizvodima koje kupuje, iako oni njemu zapravo ne znače ništa pa se za Onicu u ovome primjeru pokaže da ga je na zid objesio naopako (Ellis, 1999: 249).

Ellis prema tome, jednako kao i DeLillo, opisuje društvo koje odgovara Jamesonovu objašnjenju nove vrste konzumerizma, one koja označava potrošnju radi samoga procesa konzumacije, van sadržaja i proizvoda koji se kupuju (Jameson, 1991: 275). Moglo bi se reći da Ellis ismijava Batemanovu osobinu da teži izazivanju divljenja kod drugih, a i Messier ističe da „ovaj roman nemilosrdno ismijava i kritizira sve što prikazuje, od imena brendova i fetiša modnih marki (...) do društvene politike koja je svjesna vanjskog izgleda i vođena statusom“⁵⁰ (Messier, 2004: 75). Dakle, Ellis ne samo da prikazuje, već i kritički nastupa prema konzumerizmu zapadnjačkoga društva.

8.2.1. Nasilje i liberalni kapitalizam

Jedan od aspekata koji je utjecao na otežano objavljivanje *Američkog psiha* nalazi se u činjenici da su u romanu opisane brojne nasilne scene. Davis bi njihovu prisutnost opravdao njihovom isplativošću u današnjoj kulturi, tj. on smatra da nasilje pomaže prodati proizvod (Davis, 1966: 29). Nasilje više nije tabu, ono je sveprisutno u zapadnjačkoj kulturi. Javnost je toliko fascinirana

⁵⁰ Vlastiti prijevod

nasiljem da mediji nastoje pružiti što više slika nasilnih događaja, što za posljedicu ima sve manju osjetljivost javnosti na nasilne scene koje postaju integralnim dijelom naše kulture. U *Američkom psihi* Ellis donosi vrlo detaljne i precizne opise mučenja i ubojstava koje Bateman čini. Štoviše, ti su prizori opisani s jednakom pažnjom za detalje kao i opisi njegovih svakodnevnih rutina, odjeće ili restoranske hrane:

„Ujutro su Christine izudarane šake zbog nečega natekle do veličine lopte, prsti kao da su srasli, zadah njezinog spaljenog trupla bode nos pa moram otvoriti žaluzine koje su poprskane spaljenim masnim tkivom Christienih dojki koje su prsnule i tad ju je dokrajčila struja, otvorim prozore kako bih prozračio sobu. Oči su joj širom otvorene, izgledaju kao staklene, na ustima nema usnica, sve je crno, i na mjestu gdje bi trebala biti vagina samo je crna rupa (premda se ne sjećam da sam joj tu išta radio), a ispod spaljenih rebara vide joj se pluća“ (Ellis, 1999: 294).

Davis iznosi bitnu tvrdnju, a to je da se „u književnosti dvadesetoga stoljeća nasilje počelo identificirati sa samom biti stvarnosti, nasuprot apstraktnim idealima, mitovima i institucijama“⁵¹ (Davis, 1966: 35). Prema tome bi se Batemanova mučenja mogla shvatiti kao pokušaj dopiranja do stvarnosti. U svijetu u kojemu je svako iskustvo posredovano medijskim slikama, njegovo bi se nasilno ponašanje moglo interpretirati kao težnja za autentičnim doživljajem. Messier, s druge strane, smatra da nasilje koje Bateman čini u *Američkom psihi* služi prikazu prekomjernosti koja je jedno od glavnih obilježja liberalnoga kapitalizma (Messier, 2004: 81). Na taj način nasilje na individualnoj razini postaje ilustrativno za nasilje cijele kapitalističke kulture koja izrabljuje one koji nemaju moć. Paralelu između individualnoga i kolektivnoga povlači i kada ističe da Ellis izravno stvara tu vezu u svojem romanu u primjeru s Batemanovim odgovorom na pitanje čime se bavi (ubojstva i smaknuća, u originalu murders

⁵¹ Vlastiti prijevod

and executions) koji se interpretira kao fuzije i akvizicije (u originalu mergers and acquisitions) (Messier, 2004: 81). Tako Ellis izravno izjednačava nasilje i ubojstva s ekonomijom i kapitalizmom. Slična se situacija opisuje i u *Bijeloj buci* kada Murray kaže Jacku da ubojstvo druge osobe može dovesti do prevladavanja osjećaja smrtnosti kod ubojice: „Ali, zamisli taj instinktivni trzaj kad bi ugledao svoga protivnika kako krvari u prašini“ (DeLillo, 2005: 300). Na što mu Jack odgovara: „Ti misliš da se to pribraja čovjekovoj kreditnoj sposobnosti poput bankovne transakcije“ (DeLillo, 2005: 300). Takav odnos prema smrti odražava upravo kapitalističku kulturu koju opisuje Fredric Jameson u svojoj knjizi *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism* (1991) prema kojoj je postmodernistička kultura neodvojiva od kapitalizma (Jameson, 1991: X). Prema tome bi se svaka pojava u ljudskoj okolini mogla promatrati s aspekta njezine isplativosti.

U *Američkom psihi* uočava se da likovi ne rade ništa, Bateman se u uredu prikazuje u vrlo pasivnom stanju, a jedino što ga trenutno uzbuđuje su izbori restorana i konzumacija raznih proizvoda, od filmova do tehničkih naprava. Moglo bi se reći da je Bateman apsolutni potrošač, proizvodi su jedino što vidi (Weinreich, 2004: 66), a jednako kao proizvode, on konzumira i žrtve svojih mučenja (Nystrand, 2010: 22). To se vidi u poglavlju naslovljenom *Pokuša skuhati i pojesti djevojku*, u kojem je konzumacija žrtve dovedena na doslovnu razinu. Tako se u Ellisovu romanu ocrtava nezasitan apetit za konzumerizmom, a u proizvode se ubraja odjeća, tehničke naprave i glazba, ali i ljudi. No u takvom liberalnom konzumerizmu i sama potrošnja postaje teret za pojedinca, jer se nudi obilje proizvoda između kojih je teško odabrati: „Prođem pokraj polica s rock mjuziklima – ništa – pa se nađem među horor komedijama – ni tu ništa – i odjedanput me uhvati blagi napadaj panike. *Previše je prokletih filmova na izbor*“ (Ellis, 1999: 119). Potreba za konzumerizmom održava se i putem medija koji svoju publiku zatrpavaju slikama različitih proizvoda, a sve to potiče kapitalističku kulturu. I sam kraj Ellisova romana upozorava da završetak

Batemanove priče ne označava i kraj konzumerizma, na što upućuju riječi „OVO NIJE IZLAZ“ (Ellis, 1999: 398). Naime, smatra Nystrand, kapitalizam će nastaviti vladati zapadnjačkom kulturom, a završetak romana ne označava izlazak iz takvoga društva čak ni za Batemana (Nystrand, 2010: 4). Stoga se može reći kako Ellis u svojem romanu oslikava američku kulturu kojoj je jedini cilj iskazati se kroz sebično kapitalističko nadmetanje bez mnogo obzira prema drugima.

9. Tjelesnost i moda

Kao što je već u radu prikazano, zapadnjačka kultura medija mnogostruko utječe na likove u *Bijeloj buci* i *Američkom psihi*, od njihovih svjesnih do podsvjesnih stanja i ponašanja. Weinstein vidi poveznicu između ljudskoga tijela i medija jer smatra da i tijelo u suvremenome svijetu postaje posrednik, tj. ono skladišti nezdravu hranu i otvara put toksinima i bolestima, djelujući na taj način kao medij (Weinstein, 2003: 124). DeLillo se u svojem romanu bavi utjecajem lijekova, a Ellis opojnih sredstava na ljudsko tijelo i svijest. Lipovetsky kaže da „novi potrošač više ne traži toliko društvenu uočljivost koliko veći nadzor svojega tijela putem medicinskih tehnologija: kao način borbe protiv sudbine, potrošnja teži funkcionirati kao protusudbina“ (Lipovetsky, 2008: 34). Stoga ne čudi da je cijeli završni dio DeLillova romana koji je posvećen potrazi za Dylarom, lijekom koji će 'pobijediti sudbinu', to jest ukloniti strah od smrti: „I vi ste došli po malo Dylara, naravno."

'Naravno. Što drugo?'

'Što drugo? Odbaciti strah.'" (DeLillo, 2005: 315).

Dakle, smatra Lipovetsky, „pojedinač povjerava svoju sudbinu djelovanju kemijskih supstancija koje mijenjaju njegova psihološka stanja 'izvana', bez analize i subjektivnog rada, jer jedino su važni neposredno uklanjanje neugode (umor, nesanica, tjeskoba), najbrža moguća učinkovitost, želja da se proizvedu afektivna stanja 'na zahtjev'" (Lipovetsky, 2008: 34). Lijekovi Jacku i Babette omogućuju kontrolu njihovih psihičkih stanja i uklanjanje neželjenih osjećaja. Ellis se također u svojem romanu bavi tom problematikom. Njegovi likovi traže drogu ne bi li se izdignuli iznad neugodnih iskustava i probudili svoja osjetila: „Naizmjenice guramo kartice u omotnicu sve dok ostatak više ne možemo dohvatiti karticama pa ga kupimo prstima i šmrčemo ili ližemo i utrljavamo u desni. Nije me ni približno diglo, ali kad popijem još jedan J&B, možda ću dovoljno zavarati tijelo da doživi makar slabašno uzbuđenje“ (Ellis, 1999: 68). I DeLillo i Ellis prikazuju kako se psihičko stanje likova nastoji

izmijeniti utjecajem supstancija koje primaju kroz tijelo. Takva manipulacija osjećajima odgovara postmodernoj svijesti koja traži brza uzbuđenja i anestezirajući učinak okoline, a na što ju je naviknula televizija i drugi mediji. U kulturi medija uobičajena je brza izmjena fragmentarnih slika i osjećaja koji se izmjenjuju kako se mijenjaju programi na televiziji ili informacije i slike iz ostalih medija. Stoga je ljudska svijest uvijek u potrazi za takvim ekstatičnim iskustvima, a njih traži u psihičkoj stimulaciji lijekovima, na što upozoravaju i Ellis i DeLillo.

Nadalje, prema Lipovetskom, zapadnjačku kulturu obilježava naglašena tjelesnost. Ljudsko se tijelo prikazuje na plakatima, u reklamama i medijskim slikama i to redovito idealizirano. Stoga je briga za tijelo jedan od aspekata koji konzumerističko društvo iskorištava. „Ako je nekadašnja modernost slavila čistoću i higijenu kao moralne i društvene obaveze, hipermoderni trenutak uzdiže 'užitak biti čist', čulni užitak pranja, mirisne gelove za tuširanje, soli za kupanje s eteričnim uljima, pjenušave i vrele kupke. Također, kozmetičke marke i reklame serviraju govore o nasladi bavljenja sobom i užitku 'vraćanja svojoj osjetilnosti'“ (Lipovetsky, 2008: 177). Ellis u *Američkom psihi* prikazuje iscrpan opis Batemanova jutarnjega rituala brijanja, koji je već naveden u ovome radu, a koji odgovara tvrdnji koju iznosi Lipovetsky.

U *Američkom su psihi* prisutni brojni primjeri ljudskoga tijela koje Ellis prikazuje fragmentirano, izravno svraćajući pozornost čitatelja na njegovu objektiviziranost. Autor se često referira na mišićavost, tj. *izbildanost* podjednako ženske i muške figure: „Zgrabim izbildanu konobaricu koja upravo prolazi pokraj separea“ (Ellis, 1999: 206). Dakle, tijelo postaje prostor ulaganja, teži se njegovoj sličnosti s modelom savršenstva (Horrocks, 2001: 53) pa gotovo svi likovi u *Psihi* vježbaju, a u romanu je prikazan i detaljan opis Batemanova vježbanja u poglavlju *Fitness klub*:

„Na napravi za noge napravim pet setova po deset ponavljanja. Isto i za leđa. Na napravi za trbušnjake sad već mogu napraviti šest setova

po petnaest, a na napravi za bicepse sedam setova po deset. Prije nego što prijedem na starinske utege, provedem dvadeset minuta na sobnom biciklu čitajući današnji broj časopisa *Money*. Zatim slobodnim utezima napravim tri seta po petnaest ponavljanja pružanja i savijanja nogu, pa tri seta po dvadeset ponavljanja izvijanja, pa tri seta po dvadeset ponavljanja bočnog potezanja, veslanja, podizanja i podizanja iz podignutog položaja“ (Ellis, 1999: 78).

Takav odnos prema tijelu odražava Baudrillardovu tvrdnju: „Od živih bića prometnuli smo se u modele, od živih bića opredijelili smo se za modu, od živih bića odlučili smo se za simulaciju“ (Baudrillard, 2001: 131). Teži se idealiziranome tijelu kakvo predstavljaju medijske slike, a one je samo simulacija zbilje. I sam Bateman primjećuje: „Sve je u *izgledu*.“ (Ellis, 1999: 98), a izgled nije ništa drugo nego površinska slika. U *Američkom psihi* velika je pozornost posvećena opisima te slike, tj. odjeće koju likovi nose. Međutim, Baudrillard smatra da je moda „ekstaza lijepoga: čista i prazna forma vrtoglave estetike“ (Baudrillard, 2001: 131). Moda je, dakle, simulakr u kojem tijelo postaje znak. Batemanu ne smeta kada ga likovi u romanu zamjenjuju s nekim drugim, što sugerira da su sva tijela u romanu slična i međusobno zamjenjiva, no ono što Bateman ne može pretrpjeti je kada je netko odjeven bez ukusa ili kada ne prepoznaje njegovo odijelo: „I još nešto', viknem, hodajući amo-tamo. 'Nije ni *Garrick Anderson*. Moje je odijelo *Armani!* *Giorgio Armani!*“ (Ellis, 1999: 251).

Mediji su u suvremenoj kulturi tijelo pretvorili u spektakl i sveli ga na objekt, zanemarujući subjektivnost osobe. Zasićenost medija slikama ljudskoga tijela podržava ideal kojemu publika treba težiti. Stoga sva tijela počinju sličiti jedna drugima i nisu ništa više od praznih znakova koji se nastoje izdvojiti pomoću mode, no to im ne uspijeva jer i sama moda nije ništa drugo do simulakr.

9.1. Seksualnost i pornografija

Povezana je s tijelom i seksualnost, koja se naglašava kao jedno od obilježja tjelesnosti. Zapadnjačka je kultura sklona izlagati tijelo i otkrivati seksualnost putem raznih medija. Lipovetsky tvrdi kako je suvremeno vrijeme obilježeno tretiranjem seksualnosti kao konzumerističkoga proizvoda: „poistovjećeni s lako dostupnom zabavom, bezbrižnim užitkom koji vrijedi sam za sebe, seksualni odnosi teže preobrazbi u 'potrošačka dobra' koja se mogu po volji odabrati, bez prave obaveze, nešto poput samoposluživanja“ (Lipovetsky, 2008: 182).

Ellis prikazuje takav odnos prema seksu u svojem romanu. Ne samo Bateman, već i svi likovi upražnjavaju seks jedni s drugima bez ikakvih osjećaja pa i Murphet ističe da su muško-ženski odnosi u Batemanovu svijetu utemeljeni isključivo na cijenama, iznosima, objektima (Murphet, 2002: 39). U nekoliko se poglavlja prikazuje Batemanov susret s prostitutkama, poput ovoga: „Kažem vozaču da krene prema četvrti mesnica zapadno od *Nell*, blizu bistroa *Florent*, kako bih našao neku prostitutku, i nakon što dvaput temeljito pregledam područje – zapravo, proveo sam *mjesece* pretražujući tu četvrt kako bih našao ono što tražim – ugledam je (...) Iza nje, na zidu napuštenog skladišta, metar visokim slovima piše M E S O“ (Ellis, 1999: 173). Ellis prikazuje Batemanov odlazak u četvrt prostitutki u kojoj on može birati koju želi, baš kao u izlogu ili supermarketu. Objektivizacija ženskoga tijela dodatno je naglašena natpisom 'MESO' koji stoji na jednoj od mesnica iza prostitutke. Bateman djevojku odvodi u svoj stan radi seksualnog zadovoljenja za koje ona dobiva novac, čime se seksualni čin izjednačuje s potrošačkim dobrom.

Međutim, u dobu liberalnoga kapitalizma, dolazi do oslobođenja seksa pa „pornografija više nije ograničena na sex shopove i specijalizirane časopise; ona preplavljuje ekrane računala namećući se istodobno čak i onima koji joj ne žele imati pristup. (...) Hiperpotrošačko je društvo društvo orgijske inflacije, virtualnog hard i banaliziranog hiperseksa koji mogu trošiti svi i u svakoj dobi, u

svako vrijeme, kod kuće i bilo gdje“ (Lipovetsky, 2008: 151). Messier također u prikazima tjelesnosti i pornografije te eksplicitnoga seksa u *Psihu* vidi potvrdu seksa kao vida popularne kulture koji je široko prihvaćen, ali i koji prodaje proizvod (Messier, 2004: 73). Javnost je, smatra Messier, postala opsjednuta i fascinirana pornografskim sadržajima koji su postali prihvaćeni kao oblik popularne zabave (Messier, 2004: 73). Ta je pojava toliko izražena da Bateman izjavljuje: „Počinjem misliti da je pornografija mnogo jednostavnija od stvarnog seksa pa stoga i mnogo ugodnija“ (Ellis, 1999: 268). I u DeLillovu je romanu prisutan prikaz lako dostupne erotske literature koja se objavljuje u nacionalnim časopisima i koju Jack i Babette, kao i milijuni drugih, čitaju. Prema tome, zabavna industrija za odrasle naglašava voajeristički pogled koji donosi zadovoljstvo kroz promatranje i koji odgovara pojmu skopofilije, koji je već prethodno objašnjen. Osim toga, Ellis u svoj roman umeće pornografske dijelove koji u potpunosti kopiraju diskurz pornografske literature. Ona se pak temelji na strogim stereotipima i teži masovnoj prijemljivosti (Murphet, 2002: 38). Tako i čitatelj romana postaje voajer koji se identificira s Batemanovim *ja* pa Ellis uspijeva u prikazu ženskoga tijela kao konzumerističkoga dobra (Messier, 2004: 79). Stoga je osim na sadržajnoj, pornografija u romanu prisutna i na formalnoj razini, a sve u cilju otkrivanja liberalnoga pristupa tjelesnosti i seksualnosti koji mediji podržavaju u suvremenoj kulturi.

10. Smrt

Ellis u svojem romanu nerijetko zbližava seksualnost i smrt. U nekoliko se scena Batemanov seksualni čin završi mučenjem i ubojstvom žena koje je doveo u svoj stan. Ti se prijelazi sa seksa na nasilje najčešće odvijaju pomoću *jump cuta*, što je već ranije u radu objašnjeno. Smrt je jedna od središnjih tema u *Bijeloj buci* i *Američkom psihi*. Naime, DeLillo se bavi strahom od smrti, a Ellis ubojstvima i nasilnim završecima ljudskih života.

Weinstein smatra kako je centralna 'bijela buka' u DeLillovu romanu upravo smrt (Weinstein, 2003: 143). Ona je sveprisutna i neizbježna u ljudskome životu, ali se njezina premoć nastoji prevladati tehnologijom i razvojem medicine. Međutim, tehnološki je napredak u romanu prikazan kao nešto na što se ipak ne možemo osloniti (Weinstein, 2003: 143), što se vidi iz događaja s toksičnim oblakom koji je nuspojava tehnologije.

Činjenica je suvremenoga svijeta da mediji u hiperpotrošačkom društvu „pretvaraju smrt u spektakl znaka“ (Wilcox, 1991: 353). Ona je jedna od najprisutnijih tema u medijima, što dokazuje i Jackovo nabranje katastrofa koje s obitelji gleda na televiziji ili popis tema kojima se bavi *Patty Winters Show* u *Američkom psihi*, ali i kultura masovnih ubojica na koju se referiraju oba autora. Smrt postaje kod, slika, to jest, simulacija koja se putem medija utiskuje u individualne svijesti. To dovodi do smanjenja inhibicija pa ubojstvo postaje na neki način dijelom svakodnevnoga iskustva.

Murray Jacku u jednoj sceni objašnjava da na svijetu postoje dvije vrste ljudi: „Oni koji ubijaju i oni koji umiru“ (DeLillo, 2005: 299). Svaki čovjek za sebe odlučuje kojoj od tih dviju skupina pripada. DeLillov junak, Jack, veći je dio romana prikazan kao jedan od onih koji umiru, ali se on pri kraju odlučuje okušati u ulozi ubojice: „Pritisnuo sam otkopac pištolja, oružja, ubojite naprave, automatika. Zvuk se kotrljao bijelom sobom poput snježne grude, pribrajući se reflektirajućim zvukovima. Gledao sam krv kako prska iz žrtvine sredine“ (DeLillo, 2005: 321). Duvall smatra da su u romanu prikazana tri načina na koja

Jack nastoji prevladati svoj strah od smrti, a to su televizija, kupovina i Hitlerovi studiji (Duvall, 2003: 183), no njima se treba dodati i četvrti – ubojstvo druge osobe: „Ubojice, teoretski, pokušavaju poraziti vlastitu smrt ubijajući druge“, kaže Murray (DeLillo, 2005: 300). Stoga se Jackova odluka da ubije Minka tumači kao nastojanje da pobijedi vlastitu smrt (Bonca, 1996: 37). S druge strane, Ellis Batemana u cijelome romanu prikazuje kao ubojicu, jednoga od onih koji drugima oduzima život i koji je nedodirljiv unatoč svojim nedjelima. Stoga se odnos prema smrti koji prikazuju DeLillo i Ellis može objasniti Baudrillardovom tvrdnjom da „stvari treba tjerati do granice na kojoj će se prirodno obrnuti i urušiti (...) u simulaciji treba ići dalje od sustava. Sa smrću treba igrati protiv smrti“ (Baudrillard, 2001: 54). Cilj je Jackova pokušaja ubojstva prevladati smrt, urušiti odnos između života i smrti te poremetiti granice koje nameće sustav.

10.1. Stvarnost ubojstva

Ubilački pohod na koji se Gladney upućuje kako bi ubio Minka doima se kao da je utemeljen na televizijskome krimiću (LeClair, 2003: 19). Na to upućuje Jackovo repetitivno iznošenje vlastitoga plana koji djeluje kao niz klišeja iz televizijskih drama:

„Evo mog plana. Provesti se pored mjesta događaja nekoliko puta, parkirati se na nekoj udaljenosti od mjesta događaja, vratiti se pješice, utvrditi gdje je gospodin Gray, svejedno je li pod svojim imenom ili pseudonimom, pucati mu triput u trbuh radi najveće moguće boli, očistiti oružje od otisaka, postaviti oružje u žrtvinu nepomičnu ruku, pronaći sjajilo ili ruž i našvrljati tajnovitu samoubilačku poruku na veliko zrcalo, uzeti žrtvinu zalihu Daylar tableta, odšuljati se do automobila, odvesti se do ulaska na autoput, krenuti na istok prema Blacksmithu, sići s autoputa na staru cestu uz rijeku, ostaviti

automobil Stoverovih u garaži Starog Čovjeka Treadwella, zatvoriti garažna vrata, otpješačiti kući po kiši i magli“ (DeLillo, 2005: 313).

Ono što dodatno naglašava artificijelnost ovoga pokušaja ubojstva je i činjenica da nikad nitko ne saznaje da je on počinjen. Naime, nakon što se Gladney vrati u svoj dom, nigdje se ne pojavljuje informacija da je došlo do pokušaja ubojstva pa se svi ti događaji mogu smatrati maštom jednako kao i stvarnošću. Međutim, ta činjenica istovremeno potvrđuje tezu kako ono što nije zabilježeno u medijima zapravo ne postoji. Iako čitatelj čita opis Gladneyjeva pokušaja ubojstva Williija Minka, javlja se sumnja u stvarnost te činjenice zbog toga što u romanu nema potvrde da mediji o njoj izvještavaju. Slično je i s Batemanovim ubojstvima i pohodom opisanim pred kraj romana.

U cijelome je Ellisovu romanu prisutna nemogućnost razlučivanja između stvarnosti i fikcije, to jest, za svako od ubojstava koje Bateman počinji nejasno je je li se ono doista dogodilo ili je samo „verbalna ekspresija protagonistove podsvijesti“⁵² (Messier, 2004: 83). Čitatelj *Američkog psiha* neprestano je pred dvojmom o autentičnosti događaja koji se opisuju, a i sam autor podržava tu nedoumicu sugerirajući da je sve to san: „...ali budući da sve to ionako samo sanjam...“ (Ellis, 1999: 236).

Valja zapaziti da većina ubojstava koje Bateman počinji nema posljedica na društveni svijet u kojem se on kreće, jer se radi uglavnom o ljudima s margina društva – prosjacima, prostitutkama, ljudima koji se ne mogu povezati s Batemanom. Stoga njihova smrt ne ostavlja vidljive posljedice u radnji romana. Međutim, ubojstvo Paula Owena jedino je koje utječe na Batemanovu okolinu, ili bi, barem, tako trebalo biti. Međutim, ubojstvo Paula Owena negiraju drugi znakovi koji se javljaju u romanu, a to konzekventno baca sumnju i na sva ostala opisana ubojstva. Bateman čak pokušava pronaći bilo kakvu medijsku obavijest o Owenovu ubojstvu, ali ona izostaje: „Ni u jednom od četiri gradska dnevna lista nije bilo ni riječi o nađenim tijelima; isto tako ni na vijestima; čak ni tračka

⁵² Vlastiti prijevod

nekoj glasini“ (Ellis, 1999: 366). „Ali, kao na filmu, nitko ništa nije čuo“ (Ellis: 367). Činjenica da se za potvrdu čina Bateman okreće medijima dokazuje da su oni preuzeli ulogu potvrđivanja stvarnosti. Također, i drugi likovi u romanu izazivaju sumnju o počinjenom ubojstvu i kod samoga Batemana: „'Ali, to jednostavno nije moguće', kaže on nehajno. (...) 'Zato... što sam... večerao... s... Paulom Owenom... dvaput... u... Londonu... *prije samo deset dana.*' Nakon što zurimo jedan u drugoga, čini se, cijelu minutu, napokon nađem snage da mu odgovorim, ali u mojem glasu nema autoriteta i nisam siguran da sam sebi vjerujem kad kažem: 'Ne, nisi.' Ali, to zazvuči kao pitanje, a ne kao tvrdnja“ (Ellis, 1999: 387).

S jedne strane autor urušava čitateljevo povjerenje u istinitost opisanih događaja pa Owenov stan, kada ga Bateman posjeti nakon mučenja i ubojstva djevojaka, ne izgleda kao da se u njemu dogodilo išta slično: „Stan iza njih savršeno je čist. Nove žaluzine, kravlje kože više nema; ali, pokućstvo, zidna slika, stakleni stolić, stolci *Thonet*, crni kožni kauč – sve je još tu; veliki televizor premješten je u dnevnu sobu i uključen, stišana tona, vidi se reklama u kojoj mrlja silazi iz jakne i obraća se kameri, ali ne može izbrisati što sam učinio Christienim dojnama, glavi jedne od djevojaka...“ (Ellis, 1999: 368). Isto tako, nakon priznanja koje Bateman ostavlja na telefonskoj sekretarici Harolda Carnesa, Harold sve to smatra šalom: „'Ne volim nikoga ogovarati, i tvoja šala *jest* bila zabavna. Ali, daj, čovječe, napravio si jednu kobnu pogrešku: Bateman je takav ogavni dupelizac, takav dobrica, da to nikako nije moglo proći“ (Ellis, 1999: 386). No s druge strane, Ellis u roman umeće i znakove koji upućuju na to da se barem jedno ubojstvo dogodilo pa taksist smatra da prepoznaje Batemana kao ubojicu jednoga od svojih kolega: „'Čovječe, tvoje je lice na potjernici u gradu', kaže on ne trepnuvši“ (Ellis, 1999: 390).

Ellis sugerira da su Batemanova mučenja i ubojstva rezultat onoga što on čita i gleda, tj. konzumira iz kulture koja ga okružuje, ali ostaje nejasno kopira li on te događaje u stvarnosti ili se radi o svojevrsnom alter-egu u njegovoj podsvijesti

pa su opisani događaji samo dio njegove mašte (Eldridge, 2008: 28). Najuočljiviji je primjer te nedoumice poglavlje *Lov, Manhattan*, u kojemu se prikazuje Batemanov ubilački pohod po gradu i koji odražava diskurs filmskoga trilera, poput prizora pred kraj poglavlja, koji bi se mogao naći u bilo kojem kriminalističkom filmu:

„...pojavi se policijski helikopter, leti nisko nad rijekom, nebo cijepaju munje iza njega, kreće se prema zgradi u kojoj sam maloprije bio, spustio se na krov, preko puta moje zgrade, ulazi su već opkoljeni policijskim automobilima, tu su i dva vozila hitne pomoći, specijalci iskaču iz helikoptera, pet-šest naoružanih ljudi nestane kroz ulaz na krovu, posvuda su reflektori a ja sve to gledam držeći telefon u ruci, zguren pokraj stola“ (Ellis, 1999: 353).

Osim toga, većina je toga poglavlja pisana u trećem licu jednine: „...revolveri pucaju kao na filmu i tad Patrick shvati da doista sudjeluje u nekoj vrsti revolveraškog obračuna“ (Ellis, 1999: 351). To sugerira da se Patrick samo zamišlja u ulozi ubojice, poput onih o kojima je čitao ili koje je gledao. No čitatelj ne može biti siguran u to radi li se o zamišljenom ili stvarnom događaju, osobito jer se u nastavku romana ne spominju opisani događaji, oni ostaju bez posljedica pa se čini kao da se nisu ni dogodili. Ipak, jedini događaj na koji se Ellis kasnije referira iz toga poglavlja je Batemanovo priznanje svih ubojstava, ali i ono prođe nezapaženo.

Eldridge i Murphet upozoravaju na činjenicu da su prikazi nasilja u *Američkom psihu* zapravo preuzeti iz tekstova FBI-jevih slučajeva serijskih ubojica koje je Ellis istraživao (Eldridge, 2008: 28; Murphet, 2002: 17). Prema tome, može se zaključiti da je Ellis kopirao reprezentacije stvarnih događaja i uvrstio ih u svoj roman, ostavivši čitatelju da procijeni što bi od toga moglo biti stvarno, a što ne.

11. Popularna kultura i povijest - Hitler i Elvis

U *Bijeloj se buci* javljaju dvije ikone popularne kulture, rock pjevač Elvis i njemački diktator Adolf Hitler. DeLillo u svojem romanu zapravo povlači paralelu između njih dvojice u smislu da su obojica privlačili velike publike, bili performer i koristili masovne medije za svoju promidžbu, obojica su ispunjavali prazninu u svakodnevici ljudi te su djelovali na osnovne emocije i fascinirali gomile (Cantor, 2003: 63). DeLillo prikazuje kako su oni u suvremenome svijetu preobraženi iz povijesnih u likove iz popularne kulture, a za što su najzaslužniji mediji.

Cantor smatra da je Hitler, koji je jedna od ključnih povijesnih ličnosti, u romanu je ogoljen od svojih povijesnih značenja. On je asimiliran u zapadnjačku kulturu i sveden na proizvod (Cantor, 2003: 55). Baudrillard tome uzrok vidi u činjenici da se danas „olako prelazi preko činjenice da su našu stvarnost već preradili mediji, uključujući i tragične događaje iz prošlosti“ (Baudrillard, 2001: 195). Hitler je jedna od ličnosti iz povijesti o kome se neprestano dobivaju informacije preko televizijskih emisija i drugih medija: „Sinoć je opet bio na programu.”

„On je uvijek na programu. Bez njega ne bi bilo televizije.“ (DeLillo, 2005: 70). Te su medijske reprezentacije Hitlerove osobe rasplinule značenja koja on ima u povijesti. I sam Gladney priznaje da se u poučavanju svojih Hitlerovih studija koristi medijskim reprezentacijama: „Svakog semestra organizirao sam projekciju pozadinskog filmskog materijala. Taj se sastojao od propagandnih filmova, grupnih snimaka sa stranačkih kongresa, scena na otvorenom iz mističnih epova u kojima su sudjelovali gimnastičari i planinari – zbirka koju sam složio u impresionistički osamdesetminutni dokumentarac“ (DeLillo, 2005: 30). Ta činjenica odgovara Jamesonovoj izjavi da smo u današnjoj kulturi osuđeni na istraživanje vlastite povijesti preko popularnih slika koje su nerijetko stereotipizirane (Jameson, 1983: 118). Zbog toga autentični horor koji okružuje Hitlerov rad postaje „oslabljen u svojim medijskim i akademskim

reprezentacijama“⁵³ (Cantor, 2003: 68). Stoga je ono što ga povezuje s Elvisom status zvijezda kojima su ih obojicu učinili mediji. Poznato je da se Hitler koristio manipulacijom medija u svoju korist, a i Elvis bi se mogao nazvati miljenikom publike. Prema tome je pristup koji Jack ima prema Hitleru „akademska inačica pristupa koji tabloidi i časopisi imaju prema slavnim osobama“ (Conroy, 2003: 165). U petnaestome poglavlju romana nalazimo potvrdu te činjenice kada dolazi do kontrapunktiranja Hitlera i Elvisa pa se Murray i Gladney pozivaju na obiteljski život i popularnu kulturu u interpretaciji tih dvaju likova.

Zbog toga Cantor izjavljuje da je „američki Elvisov kult postmoderni simulakrum njemačkoga Hitlerova kulta“⁵⁴ (Cantor, 2003: 64). To jest, obje su ikone, i Hitler i Elvis, slike koje imitiraju prethodnu veličinu i moć, a koje su posredovane medijima (Cantor, 2003: 68). Njima se može trgovati na akademskom tržištu: „Izmislio sam Studij Hitlera u Sjevernoj Americi u ožujku 1968. Bio je hladan vedar dan s povremenim naletima istočnih vjetrova. Kad sam predložio rektoru da bismo mogli izgraditi cijeli Odsjek oko Hitlerova života i rada, brzo je sagledao mogućnosti. Bio je to trenutačan i bljeskovit uspjeh“ (DeLillo, 2005: 8). Reprezentacije Hitlera i Elvisa koje se javljaju u popularnoj zapadnjačkoj kulturi vrlo su bliske, kako nam otkriva DeLillo. On su zapravo simulakri utemeljeni na medijskim reprezentacijama i kao takvi, lišeni svojih stvarnih značenja.

⁵³ Vlastiti prijevod

⁵⁴ Vlastiti prijevod

12. Zaključak

U ovome su radu analizirana dva romana dvojice autora suvremene američke literature – *Bijela buka* Dona DeLilla i *Američki psiho* Breta Eastona Ellisa. Naglasak je prilikom njihove interpretacije stavljen na analizu ilustrativnih prikaza američke kulture koji su uklopljeni u ova dva književna djela. Naime, zapadnjačka je postmoderna kultura krajem dvadesetoga stoljeća doživjela promjene koje su omogućile razvoj medija, kapitalizma i konzumerizma. Takva je situacija dovela do promjene u individualnoj svijesti, ali i podsvjesnim stanjima pojedinca, a sve to pod utjecajem medijskih i reklamnih poruka.

U romanima se uočava utjecaj medija ne samo na sadržajnoj, već i na formalnoj razini. Stoga se u njima pronalaze oblikotvorni elementi iz filmskoga stvaralaštva, reklamnih brošura i videa te različitih filmskih i književnih diskursa, od onih koji pripadaju filmovima strave do pornografskih filmova, trileru i filmova katastrofe. No osim tih narativnih sredstava na formalnome planu, romani i kroz sadržaj kojim se bave odražavaju kulturu u kojoj su nastali. Oba autora daju komentar na destruktivnu stvarnost suvremene kulture koja veliča medijski posredovane i konstruirane doživljaje naspram autentičnoga iskustva. Stvarnost u kojoj likovi obitavaju takvom se može nazvati samo uvjetno. To je stoga što je njihov svijet konstruiran na temelju medijskih reprezentacija i simulakra koji stvaraju simulirana iskustva, a što je u suvremenoj teoriji najbolje objasnio sociolog Jean Baudrillard. Te simulacije počinju zamjenjivati stvarnost pa likovi gube mogućnost razlikovanja stvarnoga od simuliranoga. U romanima se otkriva kako se potvrda te granice traži upravo u medijima. Oni s jedne strane stvaraju simulacije i osnovno su sredstvo kojim ih se podržava. No s druge su strane mediji sredstvo od kojega se traži potvrda stvarnosti iskustava koje likovi doživljavaju. Takva se kontradiktorna uloga medija ne može održati pa se stvarnost, u nedostatku svoje potvrde, počinje urušavati u niz beskonačnih hiperrealizacija. Autori u svojim romanima

otkrivaju događaje kao simulacije, medijima već posredovane slike i prizore kojima nedostaje referenta koji bi ih potvrdio kao neupitne.

Osim toga, u romanima se kritizira stanje u koje je zapadnjačka kultura dovedena zbog porasta kapitalizma i tehnološkoga napretka. Masovni su mediji društvo ogolili od inhibicija pa su na površinu izbili mehanizmi koji naglasak stavljaju na nasilan odnos prema sebi i drugima. Ljudsko je tijelo, kao i svaki proizvod suvremene kulture, svedeno na potrošačko dobro kojim se može razmjenjivati. Ono je također postalo repozitorij suvremene kulture u koji se utiskuju trendovi koji ga izobličuju u idealiziranu sliku potpomognutu izvježbanošću tijela i modnim brendovima. Takvo je ljudsko tijelo svedeno na sliku, tj. simulakr. Svijest je, s druge strane, svedena na medijski govor koji je zasićen reklamnim obrascima i kodovima preuzetima s televizije, radija ili reklama. Ona je u tolikoj mjeri kolonizirana medijskim sadržajima i načinom odnosa prema svijetu da počinje nekritički odražavati koncepte preuzete iz medija. Stoga ljudska svijest postaje delirična, nezadovoljna i decentralizirana.

Dakle, likovi u romanu zatočeni su u svijetu simulacija, reproducirajući ono što konzumiraju iz kulture koja ih okružuje. Za njih je postalo nemoguće vidjeti stvarnost onakvu kakva je, bez posredovanja medija, kao što sugerira DeLillo najfotografiraniji štagalj ili slučaj sa zračno-toksičnim fenomenom. Oba autora svoje likove stavljaju u središte konzumerističke kulture koja sve sadržaje pretvara u potrošna dobra, a sve ljude u apsolutne konzumente svega što ih okružuje.

Zaključak je ovoga rada da su DeLillo i Ellis ovim dvama romanima čitateljima omogućili iscrpan i nepoštedan pogled na suvremenu zapadnjačku kulturu. Temeljeći se samo na fragmentarnome dijelu te kulture, jednoj obitelji i jednome burzovnom mešetru, prikazali su mnogostruke procese koji djeluju na ljudsku svijest, a izvor im je u medijima. Suvremena je stvarnost iskonstruirana medijskim reprezentacijama i slikama koje nude anestezirajući pogled na okolinu pa se autentično iskustvo više gotovo i ne može postići.

Sažetak

The media and construction of reality in Don DeLillo's novel *White noise* and
Bret Easton Ellis's novel *American Psycho*

Tema je ovoga rada analiza dvaju romana suvremenih autora iz Sjedinjenih Američkih Država – *Bijele buke* Dona DeLilla i *Američkog psiha* Breta Eastona Ellisa – s naglaskom na istraživanje njihove upotrebe medijskih reprezentacija u konstrukciji stvarnosti likova. Polazište za analizu predstavlja teorija Jeana Baudrillarda o simulaciji i zbilji, prema kojoj se istražuje odnos medija i individualne svijesti likova. U središtu je zanimanja ovoga rada odraz suvremene kulture u navedenim romanima, s posebnim naglaskom na utjecaje koje posredovateljska uloga medija ima na doživljaj stvarnosti. U radu se istražuju načini na koje mediji kod likova uzrokuju iskrivljen odnos prema autentičnim iskustvima, ali i povijesnim događajima, što sve ima za posljedicu specifično stanje svijesti likova. Osim toga, daje se uvid u opsesivni konzumerizam i konstruktivnu narav postmoderne zapadnjačke kulture te se navedeni romani prikazuju s aspekta njihova kritičkoga nastupa prema takvoj kulturi.

Ključne riječi: Don DeLillo, B. E. Ellis, američka kultura, simulacija, simulakr, reprezentacija, masovni mediji, konzumerizam, kapitalizam

Literatura:

Primarni izvori:

Ellis, B. E. (1999). *Američki psiho*. Zagreb: Mozaik knjiga

DeLillo, D. (2005). *Bijela buka*. Zagreb: Lunapark

Sekundarni izvori:

Ambirajan, S. (2000). Globalisation, Media and Culture. *Economic and Political Weekly*, 35 (25) (Srpanj 17-23). str. 2141-2147.
(<http://www.jstor.org/stable/4409414>)

Barrett, Laura (2001-2002). "How the Dead Speak to the Living": Intertextuality and the Postmodern Sublime in *White Noise*. *Journal of Modern Literature*, 25 (2) (Zima). str. 97-113.
(<http://www.jstor.org/stable/3831638>)

Baudrillard, Jean (1983). The Ecstasy of Communication. U Foster, H. (ur.) *The Anti-Aesthetic: Essays On Postmodern Culture*. str. 126-134. Seattle: Bay Press.

Baudrillard, Jean (2001). *Simulacija i zbilja*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Bawer, Bruce (2003). Don DeLillo's America. U Bloom (ur.) *Don DeLillo*. str. 21-28. Broomall: Chelsea House Publishers.

Benjamin, Walter (1986). Critique of Violence. *Reflections: Essays, Aphorisms, Autobiographical Writings*. str. 277-300. New York: Schocken Books

Bonca, Cornel (1996). Don DeLillo's *White Noise*: The Natural Language of the Species. *College Literature*, 23 (2) (Srpanj). str. 25-44.
(<http://www.jstor.org/stable/25112247>)

Boxall, Peter (2006). *Don DeLillo: The possibility of fiction*. New York: Routledge.

- Boxall, Peter (2008). DeLillo and media culture. U Duvall, J. N. (ur.) *The Cambridge Companion to Don DeLillo*. str. 43-52. New York: Cambridge University Press.
- Cantor, Paul A. (2003). "Adolf, We Hardly Knew You". U Bloom (ur.) *Don DeLillo's White Noise*. str. 51-72. Broomall: Chelsea House Publishers.
- Caton, Lou F. (2003). Romanticism and the Postmodern Novel: Three Scenes from Don DeLillo's *White Noise*. U Bloom (ur.) *Don DeLillo*. str. 107-116. Broomall: Chelsea House Publishers.
- Conroy, Mark (2003). From Tombstone to Tabloid: Authority Figured in *White Noise*. U Bloom (ur.) *Don DeLillo's White Noise*. str. 153-168. Broomall: Chelsea House Publishers.
- Davis, David Brion (1966). Violence in American Literature. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 364. str. 28-36. (<http://www.jstor.org/stable/1034751>)
- Donovan, Christopher (2005). *Postmodern Counternarratives*. New York, London: Routledge.
- Duvall, John N. (2003). The (Super)Marketplace of Images: Television as Unmediated Mediation in DeLillo's *White Noise*. U Bloom (ur.) *Don DeLillo's White Noise*. str. 169-194. Broomall: Chelsea House Publishers.
- Duvall, John N. (2008). Introduction: The power of history and the persistence of mystery. U Duvall (ur.) *The Cambridge Companion to Don DeLillo*. str. 1-10. New York: Cambridge University Press.
- Eldridge, David (2008). The Generic American Psycho. *Journal of American Studies*, 42 (1), Twentieth-Century American Literature (Travanj). str. 19-33. (<http://www.jstor.org/stable/40464237>)
- Frow, John (2003). The Last Things Before the Last: Notes on *White Noise*. U Bloom (ur.) *Don DeLillo's White Noise*. str. 35-49. Broomall: Chelsea House Publishers.

- Held, Virginia (1997). The Media and Political Violence. *The Journal of Ethics*, 1 (2). str. 187-202. (<http://www.jstor.org/stable/25115544>)
- Hirschman, Elizabeth C., Thompson, Craig J. (1997). Why Media Matter: Toward a Richer Understanding of Consumers' Relationships with Advertising and Mass Media. *Journal of Advertising*, 26 (1) (Proljeće). str. 43-60. (<http://www.jstor.org/stable/4189026>)
- Horrocks, Christopher (2001). *Baudrillard i milenij*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Jameson, Fredric (1983). Postmodernism and Consumer Society. U Foster (ur.) *The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture*. str. 111-125. Seattle: Bay Press.
- Jameson, Fredric (1991). *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Knight, Peter (2008). DeLillo, postmodernism, postmodernity. U Duvall, John N. (ur.) *The Cambridge Companion to Don DeLillo*. str. 27-40. New York: Cambridge University Press.
- LeCLair, Tom (2003). Closing the Loop: White Noise. U Bloom (ur.) *Don DeLillo's White Noise*. str. 5-33. Broomall: Chelsea House Publishers.
- Lentricchia, Frank (2003). Tales of the Electronic Tribe. U Bloom (ur.) *Don DeLillo's White Noise*. str. 73-95. Broomall: Chelsea House Publishers.
- Lentricchia, Frank, McAuliffe, Jody (2003). *Crimes of Art + Terror*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
- Lipovetsky, Gilies (2008). *Paradoksalna sreća: Ogled o hiperpotrošačkom društvu*. Zagreb: Izdanja Antibarbarus.
- Liotard, Jean-Francois (2005). *Postmoderno stanje*. Zagreb: Ibis grafika.
- Malkmes, Johannes (2011). *American Consumer Culture and its Society*. Hamburg: Diplomica Verlag GmbH.

- Maltby, Paul (2003). The Romantic Metaphysics of Don DeLillo. U Bloom (ur.) *Don DeLillo's White Noise*. str. 213-230. Broomall: Chelsea House Publishers.
- Mandel, Naomi (2006). Right Here in Nowheres: American Psycho and Violence's Critique. U Mandel, Duran (ur.) *Novels of the Contemporary Extreme*. str. 9-19. London, New York: Continuum International Publishing Group.
- Messier, Vartan P. (2004.). Violence, pornography, and voyeurism as Transgression in Bret Easton Ellis' American psycho. *Atenea*. 24 (1). str. 73-93.
(https://www.academia.edu/980377/Violence_Pornography_and_Voyeurism_as_Transgression_in_Bret_Easton_Ellis_American_Psycho)
- Moraru, Christian (1997). Consuming Narratives: Don DeLillo and the "Lethal" Reading. *The Journal of Narrative Technique*, 27 (2). str. 190-206.
(<http://www.jstor.org/stable/30225465>)
- Mulvey, Laura (1999): Visual Pleasure and Narrative Cinema. *Film Theory and Criticism: Introductory Readings*. str. 833-844. New York: Oxford UP.
- Murphet, Julian (2002). *Bret Easton Ellis's American Psycho: a reader's guide*. New York, London: Continuum.
- Nystrand, Alexander (2010). *Patrick Bateman, Violence and Consumption: Bret Easton Ellis's American Psycho*. Završni rad u Södertörns högskola: Institutionen för kultur och kommunikation.
(<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:410748/fulltext01.pdf>)
- Olster, Stacey (2008). White Noise. U Duvall, J. N. (ur.) *The Cambridge Companion to Don DeLillo*. str. 79-93. New York: Cambridge University Press.
- Phillips, Dana (2003). Don DeLillo's Postmodern Pastoral. U Bloom (ur.) *Don DeLillo*. str. 117-127. Broomall: Chelsea House Publishers.

- Reeve, N. H., Kerridge, Richard (1994). Toxic Events: postmodernism and DeLillo's "White Noise". *The Cambridge Quarterly*, 23 (4). str. 303-323. (<http://www.jstor.org/stable/42967526>)
- Roche, David (2009). Reading the Body in Bret Easton Ellis's American Psycho (1991): Confusing Signs and Signifiers. *GRAAT*. 5 (1). str. 124-138. (<http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00451731/document>)
- Saltzman, Arthur M. (2003). The Figure in the Static: *White Noise*. U Bloom (ur.) *Don DeLillo's White Noise*. str. 195-212. Broomall: Chelsea House Publishers.
- Salyer, Gregory (2003). Myth, Magic and Dread: Reading Culture Religiously. U Bloom (ur.) *Don DeLillo*. str. 33-50. Broomall: Chelsea House Publishers.
- Thompson, Graham (2007). *American Culture in the 1980s*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Walker, Joseph S. (1999). Criminality, the Real, and the Story of America: The Case of Don DeLillo. *The Centennial Review*, 43 (3) (Jesen). str. 433-466. (<http://www.jstor.org/stable/23739977>)
- Weinreich, Martin (2004). "Into the Void": The Hyperrealism of Simulation in Bret Easton Ellis's "American Psycho". *Amerikastudien/American Studies*, 49 (1), Neorealism – Between Innovation and Continuation. str. 65-78. (<http://www.jstor.org/stable/41157912>)
- Weinstein, Arnold (2003). Don DeLillo: Rendering the Words of the Tribe. U Bloom (ur.) *Don DeLillo's White Noise*. str. 117-152. Broomall: Chelsea House Publishers.
- Wilcox, Leonard (1991): Baudrillard, DeLillo's "White Noise", and the End of Heroic Narrative. *Contemporary Literature*, 32 (3). str. 346-365. (<http://www.jstor.org/stable/1208561>)